

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan Sumber daya manusia adalah salah satu unsur atau bagian investasi terbesar dari suatu organisasi. Oleh karena itu banyak sekali perusahaan yang mulai secara serius membangun dan mengembangkan sumber daya manusianya. Sumber daya manusia (SDM) yang berkualitas adalah sumber daya manusia yang memiliki kompetensi tinggi dan ketrampilan yang dapat memajukan perusahaan. Bagaimanapun juga perusahaan tidak akan mungkin dapat berjalan jika tidak memiliki sumber daya manusia atau sumber daya manusia yang ada tidak mampu melaksanakan kinerjanya dengan baik. Banyak ahli manajemen menekankan bahwa keberhasilan sebuah perusahaan ditentukan oleh peran sumber daya manusia. Sumber daya manusia berperan penting dalam lingkup perusahaan sebab manusia merupakan salah satu roda penggerak dari seluruh aktivitas perusahaan (Suyuthi, Hamzah & Payangan, 2004). (www.academia.edu. Diunduh pada tanggal 11 Oktober 2017)

Karena pentingnya sumber daya manusia bagi perusahaan maka perlu adanya pengembangan karyawan. Pengembangan karyawan perlu dilakukan oleh perusahaan karena akan memberikan manfaat bagi perusahaan, karyawan, dan masyarakat konsumen. Pada prinsipnya, pengembangan karyawan merupakan upaya peningkatan kualitas dan kemampuan kerja karyawan. Setelah karyawan diterima, ditempatkan, dan dipekerjakan serta mengikuti program pengembangan, langkah selanjutnya adalah penilaian prestasi karyawan oleh manajer untuk menetapkan suatu kebijakan atau mengambil keputusan. Menetapkan kebijakan berarti menentukan sikap terhadap seorang karyawan, apakah karyawan tersebut akan dipromosikan, dimutasikan, atau diberhentikan. (www.academia.edu. Diunduh pada tanggal 12 Oktober 2017)

Peningkatan kualitas sumber daya manusia dapat dilakukan melalui proses pengembangan sumber daya manusia. Hal itu tentu saja membutuhkan komitmen dan konsistensi keterlibatan staf sumber daya manusia yang lebih besar, sehingga

akan mendukung kompetensi sumber daya manusia dalam mengelola organisasi usaha yang bertahan. Pengembangan tenaga kerja dirasakan semakin penting pada suatu perusahaan karena tuntutan pekerjaan atau jabatan. Hal ini dapat dilakukan dengan meningkatkan keterampilan dan pengetahuan tenaga kerja yang diwujudkan dalam berbagai bentuk nyata seperti orientasi layanan , misalnya pemberian latihan, mengadakan seminar-seminar, pemberian kursus keterampilan dan lain-lain. (www.academia.edu . diunduh pada tanggal 12 Oktober2017)

Dengan adanya program orientasi layanan akan meningkatkan posisi kompetitif perusahaan, karena memberikan kesempatan pelatihan silang bagi karyawan untuk meningkatkan kompetensi profesional mereka. Orientasi layanan merupakan anteseden penting bagi kelangsungan usaha layanan untuk menyediakan produk dan layanan yang berkualitas. Penyedia layanan berorientasi layanan akan memenuhi harapan tamu mereka dan memastikan retensi pelanggan dan patronase berulang. Secara umum, ada hubungan antara program orientasi layanan dan kepuasan kerja karyawan. Pada gilirannya, karyawan yang puas memberikan kualitas pelayanan yang lebih tinggi kepada tamu. Sebagai contoh, Brown *et al.* (2002) menunjukkan bahwa proses orientasi pelanggan karyawan sangat penting bagi kemampuan organisasi layanan untuk berorientasi pasar. Selanjutnya, mereka menyarankan agar orientasi pelanggan memiliki dampak signifikan terhadap kinerja layanan secara keseluruhan. Orientasi layanan pada tingkat organisasi mempengaruhi tingkat kepuasan kerja karyawan (Lee *et al.*, 1999; Yoo *et al.*, 2000), komitmen organisasi, citra layanan, dan kinerja bisnis (Lee *et al.*, 1999). Tingginya komitmen terhadap kepuasan karyawan didukung oleh komitmen perusahaan terhadap peningkatan kualitas berkelanjutan. (www.academia.edu. Diunduh pada tanggal 12 Oktober2017)

Oleh karena itu, ada kebutuhan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan kerja karyawan. Alasannya adalah bahwa tingkat kepuasan kerja karyawan dapat mempengaruhi evaluasi pelanggan terhadap perusahaan. Secara khusus, orientasi layanan adalah cara utama penyedia layanan memberikan jenis layanan yang menciptakan loyalitas pelanggan. Menurut Berry *et al.* (1994), organisasi layanan dengan budaya yang berorientasi pada layanan

dapat menarik pelanggan baru, mendapatkan lebih banyak bisnis dari pelanggan lama, mengalami pengurangan pelanggan yang kurang, tetap terlindungi dari persaingan harga, dan menghadapi lebih sedikit keluhan dari pelanggan. Dimensi dari orientasi layanan yaitu fokus pelanggan, dukungan organisasi dan layanan pelanggan dibawah tekanan. (www.academia.edu. Diunduh pada tanggal 12 Oktober 2017)

Dienhart dkk. (1992) mendefinisikan fokus pelanggan sebagai kemampuan karyawan untuk menikmati pekerjaan mereka saat berinteraksi dengan pelanggan, mencapai kepuasan pelanggan, dan menerima penghargaan dari tamu. Selain itu, penelitian ini menemukan bahwa fokus pelanggan adalah konsekuensi langsung dari komitmen manajemen terhadap kualitas layanan, lingkungan kerja yang dirancang secara efisien, pelatihan berkelanjutan, dan kemudahan pemberian layanan. Ada hubungan positif antara fokus pelanggan dan persepsi pekerja tentang keterlibatan kerja, keamanan kerja, dan kepuasan kerja (Dienhart *et al.*, 1992). Hartline dkk. (2000) berpendapat bahwa perusahaan berorientasi pelanggan akan memberikan layanan yang luar biasa. (www.academia.edu. Diunduh pada tanggal 12 Oktober 2017)

Selanjutnya, McColl-Kennedy dan White (1997) menyatakan pentingnya menyelaraskan orientasi layanan karyawan untuk meningkatkan kesadaran mereka akan fokus pelanggan. Kesadaran dapat dicapai melalui diseminasi strategi layanan kepada semua karyawan yang memiliki kontak langsung dengan pelanggan. Standar dan praktik layanan berkualitas diperkaya melalui pelatihan on-the-job berkelanjutan, yang menegaskan kembali prioritas untuk menyediakan layanan terbaik. Terakhir, Brady dan Cronin (2001) menyatakan bahwa pentingnya menjadi perusahaan yang berorientasi pada pelanggan akan berperan dalam memenuhi persepsi layanan pelanggan dibandingkan dengan kinerja layanan karyawan, kualitas produk, dan lingkungan layanan. Hasil dari studi fokus pelanggan ini menunjukkan bahwa harapan kualitas pelanggan, kepuasan pelanggan, dan nilai layanan semuanya terpenuhi. (www.academia.edu. Diunduh pada tanggal 12 Oktober 2017).

Dukungan organisasi mengacu pada dorongan manajemen terhadap layanan, pelatihan, perancangan sistem layanan dan prosedur organisasi untuk pemberian layanan yang optimal (Dienhart *et al.*, 1992). Eisenberger et al. (1986) mengembangkan ukuran dukungan organisasi yang dirasakan yang kemudian menunjukkan hubungan positif dengan komitmen afektif karyawan terhadap organisasi (misalnya, Settoon *et al.*, 1996; Shore dan Wayne, 1993). Dengan demikian, ada kemungkinan bahwa karyawan juga akan merasakan rasa tanggung jawab yang lebih besar untuk tetap bertahan jika mereka memandang organisasi sebagai pendukung. Karena persepsi dukungan organisasi meningkatkan keterikatan afektif terhadap sebuah organisasi dan memperkuat harapan bahwa usaha yang lebih besar akan dihargai, karyawan yang berpikir bahwa organisasi mereka mendukung mereka harus berusaha lebih keras dan dengan demikian akan berkinerja lebih baik daripada karyawan yang tidak menganggap bahwa organisasi mereka mendukung mereka (Orpen, 1994). (www.academia.edu. Diunduh pada tanggal 12 Oktober 2017)

Klein dan Weaver (2000) meneliti enam dimensi sosialisasi untuk mengukur efektivitas dukungan organisasi (program pelatihan orientasi karyawan) terhadap kinerja layanan peserta. Karyawan yang berpartisipasi dalam program ini umumnya menunjukkan komitmen organisasional yang lebih tinggi, mendukung misi perusahaan, memahami budaya perusahaan, menerapkan nilai dan kepercayaan, dan menunjukkan kemauan untuk beradaptasi dengan orang lain di tempat kerja. Selain itu, tingkat pelatihan karyawan melalui pratinjau pekerjaan yang realistis, peluang membayangi pekerjaan, dan pelatihan standar inti telah menanamkan kesetiaan dan sikap positif di antara karyawan klub resor. (www.academia.edu. Diunduh pada tanggal 12 Oktober 2017)

Orientasi memungkinkan karyawan membuat keputusan penting yang akan meningkatkan ekspektasi layanan tamu mereka. Orientasi terkait dengan tingkat otonomi pribadi dan signifikansi pekerjaan biasanya memungkinkan karyawan bekerja secara efektif, meningkatkan produktivitas, merampingkan biaya, dan mengurangi kesalahan operasional. Secara umum, orientasi pada akhirnya dapat menghasilkan kepuasan kerja yang meningkat, yang berarti kepuasan dan

profitabilitas tamu yang lebih besar melalui pembelian kembali dan dukungan dari mulut ke mulut. (www.academia.edu. Diunduh pada tanggal 12 Oktober 2017)

Pelayanan di bawah tekanan dipostulasikan oleh Dienhart *et al.* (1992) mengidentifikasi tingkat kinerja karyawan yang diharapkan saat memberikan layanan kepada pelanggan selama periode bisnis puncak. Mereka menunjukkan bahwa layanan di bawah tekanan adalah kombinasi dari harapan pelanggan dan praktik terbaik pengelolaan dalam memberikan layanan optimal selama periode puncak (Dienhart *et al.*, 1992). Manfaat berkomunikasi dengan karyawan saat diminta memberikan tingkat layanan yang luar biasa selama masa sibuk sangat mungkin dapat memperkuat rasa percaya diri dan kepuasan kerja mereka. Terakhir, pelayanan di bawah tekanan didorong oleh harapan pelanggan dan manajemen sistem penyampaian layanan yang efisien. (www.academia.edu. Diunduh pada tanggal 12 Oktober 2017)

Untuk mendukung penelitian ini dengan variabel-variabel yang ada dalam penelitian ini maka objek yang cocok digunakan untuk penelitian ini adalah dalam bidang pelayanan atau jasa karena dalam penelitian sebelumnya menggunakan bidang jasa juga yaitu restoran sehingga dalam penelitian ini saya menggunakan objek perbankan karena sama-sama dengan restoran dalam bidang pelayanan dan dalam penelitian ini saya memilih BCA sebagai objeknya karena yang paling sesuai dengan variabel yang ada yaitu *service orientation*.

Bank Central Asia (IDX: BBCA) adalah bank swasta terbesar di Indonesia. Bank ini didirikan pada 21 Februari 1957 dengan nama Bank Central Asia NV dan pernah merupakan bagian penting dari Grup Salim. Presiden Direktur saat ini (masa jabatan 1999-sekarang) adalah Djohan Emir Setijoso. Dalam kegiatannya sehari-hari BCA lebih mengutamakan kepentingan dan kenyamanan nasabah. Hal ini dilakukan BCA untuk mempertahankan nasabahnya maupun untuk menarik nasabah yang lain. BCA adalah bank swasta terbesar di Indonesia dimana dalam melaksanakan fungsinya sebagai lembaga intermediasi, BCA tidak hanya menghimpun dana dari masyarakat tetapi juga menyalurkan dana kembali dalam bentuk kredit, selain itu BCA juga memberikan fasilitas kemudahan pada nasabah. Adapun fasilitas yang diberikan BCA diluar simpanan masyarakat adalah kemudahan dalam pembayaran rekening listrik, telepon, fax, telex. Dengan adanya

fasilitas tersebut, nasabah tidak perlu datang ke kantor yang bersangkutan tetapi cukup datang ke BCA untuk membayar kewajiban-kewajiban tersebut sehingga nasabah dapat menghemat waktu. (<https://www.bca.co.id/en> Diunduh pada tanggal 12 Oktober 2017)

BCA menerapkan program agar tampil lebih profesional daripada bank-bank yang lain sebagai bank pesaing BCA. Upaya meningkatkan kualitas pelayanan nasabah merupakan komitmen utama BCA untuk meningkatkan kepuasan nasabah dalam upaya menarik nasabah baru.

Berikut ini gambar 1.1 adalah gambar logo yang dimiliki oleh PT. BCA



Gambar 1.1 Logo BCA . (www.bca.co.id)

Dimana strategi yang dilakukan BCA guna mewujudkan peningkatan kualitas pelayanan tersebut melalui pengaktifan program *front liner* (*Customer Service* dan *Teller*). Pada dasarnya segala upaya yang dilakukan guna meningkatkan kualitas keamanan pelayanan yang telah dilaksanakan dan dikembangkan bertitik tolak dari keyakinan teguh bahwa bisnis perbankan tidak mungkin berjalan tanpa dukungan nasabah. (<https://www.bca.co.id/en> Diunduh pada tanggal 12 Oktober 2017)

Seiring dengan komitmen tersebut BCA telah bertekad menjadi bank dengan layanan terbaik, untuk mencapai komitmen tersebut dapat diwujudkan melalui berbagai upaya peningkatan kemampuan layanan pada *front office* yang salah satunya adalah *Customer Service*. Pengetahuan dan ketrampilan dasar yang perlu dimiliki oleh *front office* adalah telah dirumuskan secara singkat, padat dan lengkap dalam istilah “SMART” yang menjadi cermin identitas para *front liner* BCA. Sikap dalam bertugas di bidang lain agar siklus layanan baik internal maupun eksternal dapat berjalan dengan baik, terpadu, dan berkesinambungan. (<https://www.bca.co.id/en> Diunduh pada tanggal 12 Oktober 2017)

BCA menjadi satu dari dua perusahaan di Indonesia yang paling diburu para pencari kerja. Karena itulah pada Kamis (28/1) lalu, BCA dianugerahi Indonesian Employers of Choice Award 2015 by Job Seeker. "Sumber daya manusia yang berkualitas merupakan aset berharga yang harus dipertahankan. BCA selalu menjadikan sumber daya manusia sebagai kekuatan utama dalam melayani nasabah. Karena itu kami selalu melakukan seleksi untuk memperoleh talenta terbaik dan mengembangkan kemampuannya secara bertahap," ujar Lianawaty Suwono – Kepala Divisi Human Capital Management BCA, usai menerima penghargaan di Hotel Shangri-La, Jakarta. (www.news.detik.com, diunduh pada tanggal 11 September 2017).

Apa yang menjadi magnet sehingga begitu banyak pencari kerja, terutama anak muda yang dikenal dengan istilah Gen Y, tertarik untuk menjadi bagian dari keluarga besar BCA? Padahal BCA adalah perusahaan perbankan, yang notabene merupakan jenis usaha kedua tertua di dalam sejarah. BCA sendiri usianya sudah 58 tahun. "Apabila melihat komposisi di BCA memang mayoritas long timers, atau karyawan-karyawan yang sudah berkarya selama lebih dari sepuluh tahun lebih banyak. Karena itu menjadi tantangan bagi kami bagaimana mereka dapat menjadi inspirasi bagi generasi baru di BCA yang rata-rata gen Y. Banyak aspek yang kami perhatikan," ujar Lianawaty. (www.news.detik.com, diunduh pada tanggal 11 September 2017).

Berikut pada gambar 1.2 dibawah adalah Gambar Lianawaty yang merupakan salah satu karyawan BCA yang menerima plakat *Indonesian Employers of Choice Award* pada tahun 2015



Gambar 1.2 Lianawaty Suwono menerima plakat Indonesian Employers of Choice Award 2015. (Sumber : www.news.detik.com)

Pertama, BCA telah dikenal sebagai bank dengan reputasi dan rekam jejak yang baik sehingga para pencari kerja sudah dapat memproyeksikan bahwa karirnya di perusahaan ini akan stabil selama beberapa tahun ke depan. Siapa saja, baik gen X ataupun gen Y tentu akan mempertimbangkan aspek ini. Tapi yang paling penting adalah BCA selalu mencoba menyeimbangkan antara lingkungan kerja yang nyaman dan pengembangan pribadi yang berkesinambungan. BCA memberi ruang seluas-luasnya bagi para karyawan untuk mengembangkan diri namun juga menantang mereka untuk terus belajar hal baru. Dengan demikian produktivitas akan lebih terjamin. (www.news.detik.com, diunduh pada tanggal 11 September 2017)

"Ada sebuah sistem yang dimiliki BCA untuk mengelola sumber daya manusianya dan itu dilakukan sejak pertama bersentuhan dengan BCA, yaitu dari tahap rekrutmen hingga nanti setelah keluar atau pensiun dari BCA. BCA memiliki nilai-nilai dasar yang menjiwai seluruh proses pengelolaan talentanya yaitu integritas, team work, customer service dan continuous pursuit of excellence," tambah Lianawaty. BCA memang cukup selektif dalam memilih karyawan. Semua pelamar kerja diseleksi berdasarkan kualitas pribadi dan juga kecocokan kepribadian dengan filosofi yang dianut oleh BCA. Hampir semua rekrutmen BCA dilakukan melalui program. Baik melalui program magang Bakti BCA,

management training, beasiswa akuntansi, account officer audit hingga program-program rekrutmen lainnya. (www.news.detik.com, diunduh pada tanggal 11 September 2017)

Kemudian setelah tahap rekrutmen setiap karyawan baru akan diidentifikasi bakat dan kemampuannya untuk dicocokkan dengan fungsi yang akan dijalaninya. Setelah itu secara berkala mereka akan diikutkan dalam pelatihan-pelatihan yang melibatkan tingkat manajerial atau BOD sebagai mentor. Satu hal lagi yang penting adalah bagaimana BCA selalu memberi apresiasi yang setimpal dengan prestasi dan kontribusi karyawannya. Keseriusan BCA dalam mengembangkan karyawannya tercermin dari komitmen manajemen untuk menyediakan berbagai program pengembangan yang dikembangkan dari internal maupun menggunakan jasa eksternal, serta peluang untuk mengikuti berbagai program training baik di dalam negeri maupun di luar negeri. Intinya, usai berkarya di BCA para karyawan akan dapat menjadi tenaga siap pakai untuk mengembangkan industri perbankan. Strategi pengembangan karyawan di BCA mencakup berbagai peran seorang karyawan sebagai individu yang lengkap. Karyawan dikembangkan untuk menunjang perannya sebagai pekerja, leader, team member, makhluk sosial yang perlu bergaul dalam komunitas olah raga, seni, dan hobi sebagai anggota keluarga, hidup sehat, dll. (www.news.detik.com, diunduh pada tanggal 11 September 2017)

Prinsipnya, karyawan harus berkembang dari sisi kemampuan bekerja, namun tetap dapat menikmati hidup yang berkualitas. Pengelolaan yang baik ini membuat BCA berkali-kali meraih penghargaan di bidang sumber daya manusia. Sebelum Indonesian Employers of Choice Award 2015, BCA sudah pernah dianugerahi HR Excellence Award 2014 dengan kategori people development, HR Excellence Award 2013 untuk kategori training and development dan talent management, serta Gallup Great Workplace Award. Award ini diberikan oleh The Gallup Consulting, suatu perusahaan Amerika yang fokus dalam penelitian mengenai employee engagement, customer engagement, talent management dan well being pada perusahaan-perusahaan di dunia. (www.news.detik.com, diunduh pada tanggal 11 September 2017)

Tahun 2015 Gallup hanya memilih 40 perusahaan dari 1.600 lebih perusahaan di dunia yang dinilai memiliki lingkungan kerja yang sangat baik dan

kondusif untuk karyawan berkarya dan berkembang. Pada tahun 2015, BCA adalah satu-satunya perusahaan Indonesia yang pertama terpilih untuk menyandang award tersebut. (www.news.detik.com, diunduh pada tanggal 11 September 2017).

1.2 Batasan Masalah

Dalam penelitian ini untuk mendapatkan hasil yang akurat maka permasalahan yang ada dalam penelitian ini dibatasi oleh karakteristik responden pada jenis pekerjaan yang ada dimana terdapat Customer Service , Teller, Ketua Bagian Teller, Ketua Bagian Customer Service , Wakil Cabang dan Ketua Cabang sehingga terdapat perbedaan secara tugas yang dikerjakan. Dengan begitu adanya bias dalam penelitian ini karena ada perbedaan tugas yang dimiliki oleh responden sehingga mempegaruhi hasil yang ada. Dan jumlah responden yang diminta untuk membantu penelitian ini bukan seluruh karyawan yang ada di perusahaan dikarenakan peneliti memiliki kesulitan dalam menjangkau semua karyawan untuk berperan serta dalam membantu penelitian ini sehingga peneliti hanya menyebar kuesioner kepada karyawan yang bersedia untuk mengisi lembar penelitian yang telah dibuat oleh peneliti.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan batasan masalah yang telah ditentukan, maka penelitian ini dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Apakah *Customer focus* memiliki pengaruh signifikan terhadap *Job Satisfaction* pada karyawan BCA di Surabaya?
2. Apakah *Customer focus* memiliki pengaruh signifikan terhadap *Organizational Commitment* pada karyawan BCA di Surabaya?
3. Apakah *Organizational Support* memiliki pengaruh signifikan terhadap *Job Satisfaction* pada karyawan BCA di Surabaya?
4. Apakah *Organizational Support* memiliki pengaruh signifikan terhadap *Organizational Commitment* pada karyawan BCA di Surabaya?
5. Apakah *Customer Service under Pressure* memiliki pengaruh signifikan terhadap *Job Satisfaction* pada karyawan BCA di Surabaya?

6. Apakah *Customer Service under Pressure* memiliki pengaruh signifikan terhadap *Organizational Commitment* pada karyawan BCA di Surabaya?
7. Apakah *Job Satisfaction* memiliki pengaruh signifikan terhadap *Organizational Commitment* pada karyawan BCA di Surabaya?
8. Apakah *Job Satisfaction* memiliki pengaruh signifikan terhadap *Intention of Leaving* pada karyawan BCA di Surabaya?
9. Apakah *Organizational Commitment* memiliki pengaruh signifikan terhadap *Intention of Leaving* pada karyawan BCA di Surabaya?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah, maka tujuan penulisan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan mengevaluasi pengaruh signifikan *Customer Focus* terhadap *Job Satisfaction* pada karyawan BCA di Surabaya.
2. Untuk mengetahui dan mengevaluasi pengaruh *Customer Focus* terhadap *Organizational Commitment* pada karyawan BCA di Surabaya.
3. Untuk mengetahui dan mengevaluasi pengaruh *Organizational Support* terhadap *Job Satisfaction* pada karyawan BCA di Surabaya.
4. Untuk mengetahui dan mengevaluasi pengaruh signifikan *Organizational Support* terhadap *Organizational Commitment* pada karyawan BCA di Surabaya.
5. Untuk mengetahui dan mengevaluasi pengaruh signifikan *Customer Service Under Pressure* terhadap *Job Satisfaction* pada karyawan BCA di Surabaya.
6. Untuk mengetahui dan mengevaluasi pengaruh signifikan *Customer Service Under Pressure* terhadap *Organizational Commitment* pada karyawan BCA di Surabaya.
7. Untuk mengetahui dan mengevaluasi pengaruh signifikan *Job Satisfaction* terhadap *Organizational Commitment* pada karyawan BCA di Surabaya.
8. Untuk mengetahui dan mengevaluasi pengaruh signifikan *Job Satisfaction* terhadap *Intention of Leaving* pada karyawan BCA di Surabaya.

9. Untuk mengetahui dan mengevaluasi pengaruh signifikan *Organizational Commitment* terhadap *Intention of Leaving* pada karyawan BCA di Surabaya.

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, maka manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1.5.1 Manfaat Teoritis

1. Penelitian ini dilakukan agar dapat memberikan informasi dan pengetahuan serta dapat memperluas wawasan masyarakat, terutama dibidang *Management* mengenai *Service Orientation ; Customer Focus , Organizational Support dan Customer Service Under Preassure , Organizational Commitment , Job Satisfaction dan Intention of Leaving*. Hasil penelitian dapat mendukung teori-teori sebelumnya mengenai ketertarikan antara masing-masing variable.
2. Hasil penelitian dapat menjadi alat bantu dan acuan bagi peneliti berikutnya yang ingin mengangkat tema serupa maupun menggunakan hubungan antar variabel tertentu.

1.5.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat digunakan sebagai informasi dan bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam meningkatkan *Service Orientation ; Custpmer Focus , Organizational Support dan Customer Service Under Preassure , Organizational Commitment dan Job Satisfaction*, sehingga bisa mengurangi *Intention of Leaving* pada karyawan.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah penulisan, maka penulisan penelitian ini disusun secara sistematika sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini dijelaskan mengenai latar belakang masalah, batasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian baik yang bersifat teoritis maupun praktis serta sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini dijelaskan teori-teori mengenai *Service Orientation* ; *Custpmer Focus* , *Organizational Support* dan *Customer Service Under Preassure* , *Organizational Commitment* , *Job Satisfaction* dan *Intention of Leaving* penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis, model penelitian, serta bagan alun berpikir.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini akan menguraikan mengenai jenis penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, definisi operasional dan pengukuran variabel serta metode analisis data.