

Analisis pengaruh customer complaints, positive affectivity, dan negatif affectivity terhadap komitmen karyawan customer service di perusahaan jasa : studi kasus PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk.

Nur Sri Ubaya Asri, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=126368&lokasi=lokal>

Abstrak

Komitmen dalam pekerjaan merupakan hal yang mutlak diperlukan, namun ternyata ada banyak hal yang mempengaruhi komitmen karyawan. Pengaruh tersebut bisa disebabkan oleh banyak faktor, baik faktor internal maupun faktor eksternal. Dalam penelitian ini, akan dibahas pengaruh-pengaruh internal dan eksternal tersebut, untuk faktor eksternal adalah customer complaints, sedang untuk faktor internal adalah positive affectivity dan negative affectivity. Faktor-faktor ini akan memberikan pengaruh yang berbeda-beda terhadap komitmen karyawan customer service dan perlu diteliti melalui metode yang tepat, yaitu SEM (structural equation model) dengan software lisrel. Pengolahan data dengan menggunakan SEM tidak hanya memungkinkan untuk meneliti hubungan pengaruh biasa namun juga memungkinkan untuk meneliti hubungan moderasi sebagai hubungan yang tidak langsung dalam hubungan pengaruh variabel independen pada variabel dependen. Target responden dalam penelitian ini adalah karyawan customer service (CSO ? customer service officer) PT Bank Negara Indonesia (persero) Tbk, di wilayah 10 dan 12 yang telah mengikuti training yang diadakan oleh pihak BNI. Setelah penelitian dilakukan, maka didapatkan hasil bahwa di BNI, perasaan negatif yang dimiliki karyawan memiliki pengaruh dalam mengurangi komitmen CSO pada customer service dan pengaruh negatif keluhan nasabah terhadap komitmen CSO dapat dikurangi jika karyawan memiliki positive affectivity yang tinggi.