

**Hubungan Antara Kualitas Interaksi Sosial Atasan Bawahan dan Persepsi Terhadap Kompensasi dengan Komitmen Organisasi Pada *Member* Perusahaan *Multi Level Marketing* PT. Herbalife Indonesia**

**Sebastianus Dhimas Rangga Saputra & Ferdinand Hindiarso  
Fakultas Psikologi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara empirik hubungan antara kualitas interaksi sosial atasan-bawahan dan persepsi terhadap kompensasi dengan komitmen organisasi pada *member* perusahaan *multi level marketing* PT. Herbalife Indonesia. Hipotesis yang diajukan pada penelitian ini adalah ada hubungan antara kualitas interaksi sosial atasan-bawahan dan persepsi terhadap kompensasi dengan komitmen organisasi. Artinya, semakin tinggi kualitas interaksi sosial atasan-bawahan dan persepsi terhadap kompensasi maka semakin tinggi pula komitmen organisasi yang dimiliki, begitupun sebaliknya. Populasi penelitian berjumlah 76 subyek adalah *member multi level marketing* PT. Herbalife region Jember. Analisis data penelitian ini dilakukan dengan uji kuantitatif melalui metode analisis regresi dua prediktor untuk menguji hipotesis mayor dan teknik korelasi parsial untuk menguji hipotesis minor. Sebelum pengujian hipotesis, dilakukan uji asumsi yaitu uji normalitas dan uji linearitas. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang sangat signifikan antara kualitas interaksi sosial atasan bawahan dan persepsi terhadap kompensasi dengan komitmen organisasi, dengan  $F = 15,653$  dengan  $p$  sebesar 0,000 ( $p < 0,01$ ). Dimana sumbangan efektif kualitas interaksi sosial atasan bawahan terhadap komitmen organisasi sebesar 12,74% dan Sumbangan efektif kualitas persepsi terhadap kompensasi terhadap komitmen organisasi hanya sebesar 0,01%.

Kata kunci : kualitas interaksi sosial atasan-bawahan, persepsi terhadap kompensasi, komitmen organisasi, *member multilevel marketing* PT. Herbalife

## Latar Belakang Masalah

Sumber daya dari suatu perusahaan atau organisasi terdiri dari aset *tangible* ataupun *intangible* yang antara lain berupa kemampuan, proses organisasi, atribut-atribut perusahaan, informasi dan pengetahuan. Salah satu faktor penentu berhasil atau gagalnya organisasi adalah faktor Sumber Daya Manusia (SDM). Keunggulan mutu bersaing suatu organisasi sangat ditentukan oleh mutu SDM-nya.

Organisasi sangat membutuhkan SDM yang kompeten. Sumber Daya Manusia yang memiliki kompetensi tertentu dibutuhkan untuk menunjang keberhasilan pelaksanaan pekerjaannya (Hanafi, 2010, h.01). Memiliki sumber daya manusia yang sesuai dengan kebutuhan merupakan keuntungan tersendiri bagi perusahaan. Dengan adanya sumber

daya tepat, maka akan membantu dalam tercapainya tujuan perusahaan. Adapun kualitas sumber daya manusia yang memiliki pengaruh yang kuat terhadap kinerja organisasi salah satunya adalah komitmen (Robbins, 2001, h.139).

Karyawan yang memiliki komitmen organisasi yang tinggi adalah karyawan yang stabil dan lebih produktif, sehingga lebih menguntungkan bagi organisasi (Greenberg dan Baron dalam Chairy, 2002, h.1). Oleh karena itu, dewasa ini perusahaan melakukan berbagai cara demi mengatur para karyawannya supaya tetap berkomitmen kepada perusahaan. Mulai dari pelatihan-pelatihan, pemberian kompensasi, hingga budaya organisasi diatur sedemikian rupa supaya para karyawan merasa betah. Hal tersebut dilakukan supaya munculah komitmen organisasional

dari para karyawan yang diharapkan oleh perusahaan.

Sebagaimana dalam perusahaan yang lain, perusahaan *Multi Level Marketing* (MLM) pun juga menempatkan para karyawannya dalam posisi yang utama. Para karyawan perusahaan MLM yang biasa disebut *member* ini praktis menjadi unsur utama dalam proses pemasaran produk-produk perusahaan MLM. Hal ini terjadi karena dalam perusahaan MLM proses pemasaran dilakukan secara langsung dari *member* kepada konsumen atau dalam dunia pemasaran proses pemasaran secara langsung ini disebut *direct selling*.

Oleh karena itu, dalam proses keberlangsungannya, perusahaan MLM melakukan usaha keras untuk menarik orang agar bersedia bergabung sebagai *member* dan memiliki komitmen terhadap

perusahaan. Usaha ini diwujudkan dengan pemberian kompensasi dalam bentuk diskon tertentu kepada para *member*. Hal ini ditujukan supaya dengan melakukan penjualan produk, maka *member* bisa memperoleh keuntungan dari selisih harga *member* atau distributor dengan harga retail. Selain itu, pemberian paket pelatihan ke luar negeri pun diberikan demi menjaga komitmen *member*. Salah satu perusahaan MLM yang ada di Indonesia dan terdaftar dalam *World Federation of Direct Selling Association* (WFDSA) di dunia internasional dan sekaligus terdaftar dalam Asosiasi Penjual Langsung Indonesia (APLI) adalah PT. Herbalife Indonesia.

Berkenaan dengan kondisi komitmen organisasi *member* PT. Herbalife, rata-rata dari 100 orang *member* hanya 30 *member* yang

aktif menjalankan bisnisnya sedangkan 30 *member* menjadi *member* pasif, dan sisanya meninggalkan bisnis tersebut. Hal tersebut tentunya menggambarkan bagaimana rendahnya tingkat komitmen organisasi para *member* PT. Herbalife. Komitmen organisasi para *member* Herbalife yang dinilai relatif rendah ini tentunya menjadi ancaman tersendiri bagi kesuksesan dan keberlangsungan bisnis MLM dalam perusahaan PT. Herbalife Indonesia.

Berkenaan dengan komitmen organisasi *member*, maka terdapat berbagai aspek yang mempengaruhi komitmen organisasi *member* dalam suatu perusahaan. Young et.al (1998) mengemukakan ada 8 faktor yang secara positif berpengaruh terhadap komitmen organisasi, diantaranya adalah: kepuasan

terhadap promosi, karakteristik pekerjaan, komunikasi, pertukaran ekstrinsik, pertukaran intrinsik, imbalan intrinsik, imbalan ekstrinsik, dan kepuasan terhadap kepemimpinan. Berkaitan dengan peran pemimpin tim, terdapat dua dimensi fungsional kepemimpinan (Sopiah, 2008, hal. 123) yaitu, fungsi tugas dan fungsi pemeliharaan. Selain faktor kepemimpinan, terdapat faktor lain yang mempengaruhi komitmen organisasi. Hasil penelitian Nawab et.al (2011, h. 25) menyatakan bahwa kompensasi berpengaruh positif terhadap komitmen organisasi.

Untuk itu, maka perlu diadakannya sebuah penelitian untuk mengetahui apakah ada hubungan antara kualitas interaksi sosial atasan-bawahan dan persepsi

terhadap kompensasi dengan komitmen organisasi pada *member* perusahaan *multi level marketing* PT. Herbalife Indonesia?

### **Hubungan Antara Kualitas Interaksi Sosial Atasan-Bawahan dan Persepsi terhadap Kompensasi Dengan Komitmen Organisasi**

Interaksi sosial antara atasan dan bawahan yang baik merupakan hal yang penting dalam sebuah perusahaan atau organisasi, termasuk perusahaan *multi level marketing* (MLM). Soekanto (1990, h.71) mengungkapkan bahwa adanya kontak sosial dan komunikasi yang baik antara atasan dan bawahan dalam suatu perusahaan atau organisasi akan membangun komitmen organisasi yang baik. Kontak sosial dan komunikasi antara atasan dan bawahan yang terjadi

dengan intensitas yang sering, tentunya akan memberikan dampak perasaan positif dari bawahan terhadap atasan.

Gilin dan Gilin (Syani, 1987, h.32) menambahkan bahwa selain dua hal di atas, adanya kerjasama, persaingan, dan konflik/ pertikaian dalam suatu perusahaan atau organisasi juga mampu menciptakan komitmen organisasi karyawan. Dengan adanya kerjasama, persaingan, dan konflik/pertikaian yang baik dan positif antara atasan dan bawahan, maka suasana kerja akan menjadi lebih kondusif.

Kualitas interaksi sosial antara atasan dan bawahan yang baik merupakan hal penting dalam membangun komitmen organisasi karyawan/*member*. Terjalannya kontak sosial, komunikasi, kerja sama, persaingan, dan konflik/pertikaian yang positif antara

atasan dan bawahan tentunya akan berdampak baik bagi karyawan. Oleh karena itu, maka karyawan akan merasa bersemangat dan terlibat aktif dalam mengerjakan semua tugas pekerjaan yang diberikan dan tentunya akan merasa betah berada dalam perusahaan atau organisasi, serta akan menerima nilai-nilai dan tujuan-tujuan perusahaan sebagai bagian dari nilai-nilai dirinya dan tujuan hidupnya sebagai wujud meningkatnya tingkat komitmen karyawan terhadap perusahaan atau organisasi.

Selain kualitas interaksi sosial atasan-bawahan, persepsi terhadap kompensasi pun turut berpengaruh terhadap komitmen organisasi karyawan atau *member*. Persepsi merupakan variabel psikologis yang melekat pada diri individu yang menjadi salah satu faktor untuk

mempengaruhi komitmen organisasi karyawan atau *member*. Dengan adanya kemampuan mempersepsikan suatu stimulus tertentu, seorang karyawan tentunya akan memiliki penilaian atau persepsi yang berbeda. Hal ini tentunya juga terjadi ketika memberikan penilaian terhadap kompensasi yang diberikan oleh perusahaan sebagai stimulus. Dengan kata lain, komitmen organisasi akan meningkat apabila karyawan memiliki persepsi positif terhadap kompensasi yang diberikan oleh perusahaan.

Berdasarkan uraian di atas dapat diasumsikan bahwa ada hubungan antara kualitas interaksi sosial atasan-bawahan dan persepsi terhadap kompensasi terhadap komitmen organisasi karyawan atau *member*. Adanya persepsi terhadap

kompensasi dari karyawan akan mempengaruhi komitmen organisasi karyawan tersebut. Interaksi sosial atasan-bawahan akan berpengaruh terhadap komitmen organisasi yang muncul.

### **Hipotesis**

#### **Hipotesis Mayor**

Ada hubungan antara kualitas interaksi sosial atasan-bawahan dan persepsi terhadap kompensasi dengan komitmen organisasi.

#### **Hipotesis Minor**

- a. Ada hubungan positif antara kualitas interaksi sosial atasan-bawahan dengan komitmen organisasi.
- b. Ada hubungan positif antara persepsi terhadap kompensasi dengan komitmen organisasi.

### **Metode Penelitian**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Metode kuantitatif adalah metode yang menekankan analisisnya pada data-data numerikal (angka) yang diolah dengan metode statistika (Azwar, 2010, h. 5).

### **Subyek Penelitian**

#### **1. Populasi**

Populasi dari penelitian ini adalah *member* PT. Herbalife Indonesia wilayah Jember sebanyak 76 *member*.

#### **2. Subjek Penelitian**

Dalam penelitian ini subyek penelitian yang digunakan adalah seluruh *member* PT. Herbalife Indonesia wilayah Jember sebanyak 76 *member*.

### **Metode Pengumpulan Data**

Alat pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan skala. Terdapat tiga jenis skala yang akan

digunakan yaitu skala komitmen organisasi, skala kualitas interaksi sosial atasan-bawahan, dan skala persepsi terhadap kompensasi.

### **Metode Analisis Data**

Metode analisa data yang digunakan oleh hipotesis dalam penelitian ini adalah:

#### **1. Hipotesis Mayor**

Untuk menguji hipotesis mayor, peneliti menggunakan Analisis Regresi Dua Prediktor.

#### **2. Hipotesis Minor**

Untuk menguji hipotesis minor, peneliti menggunakan Teknik Korelasi Parsial untuk mengetahui korelasi dua variabel (satu variabel bebas dan satu variabel tergantung, dengan mengontrol variabel bebas yang lain)

Analisis data untuk menguji hipotesis dilakukan dengan menggunakan *Statistical Packages for Social Sciences (SPSS) for Window Release 13.00.*

### **Hasil Penelitian**

#### **1. Hipotesis Mayor**

Hasil analisis data yang dilakukan menyatakan bahwa ada hubungan yang sangat signifikan antara kualitas interaksi sosial atasan bawahan dan persepsi terhadap kompensasi dengan komitmen organisasi. Hal ini ditunjukkan dengan  $F = 15,653$  dengan  $p$  sebesar  $0,000$  ( $p < 0,01$ ).

#### **2. Hipotesis Minor**

- a. Hipotesis pertama menyatakan bahwa ada hubungan positif yang sangat signifikan antara kualitas

interaksi sosial atasan bawahan dengan komitmen organisasi. Hal ini ditunjukkan dengan  $r_{x1y} = 0,357$  dengan  $p$  sebesar 0,001 ( $p < 0,01$ ). Semakin tinggi kualitas interaksi sosial atasan bawahan maka semakin tinggi pula komitmen organisasi *member*, dan sebaliknya. Dengan demikian hipotesis minor satu yang diajukan peneliti diterima.

- b. Hipotesis kedua menyatakan bahwa tidak ada hubungan antara persepsi terhadap kompensasi dengan komitmen organisasi. Hal ini ditunjukkan dengan  $r_{x2y} = -0,010$  dengan  $p$  sebesar 0,468 ( $p > 0,05$ ). Dengan demikian hipotesis minor kedua yang diajukan peneliti ditolak.

### **Pembahasan**

Berdasarkan uji hipotesis mayor menggunakan analisis regresi dua prediktor diperoleh  $F = 15,653$  dengan  $p$  sebesar 0,000 ( $p < 0,01$ ). Hasil ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang sangat signifikan antara kualitas interaksi sosial atasan bawahan dan persepsi terhadap kompensasi dengan komitmen organisasi. Hal ini berarti semakin tinggi kualitas interaksi sosial atasan bawahan dan semakin positif persepsi *member* terhadap kompensasinya maka semakin tinggi komitmen organisasi *member* tersebut dan sebaliknya.

Ketika *member* merasakan kualitas interaksi sosial yang baik antara atasan dan bawahan, maka *member* akan merasa dianggap sebagai aset yang berharga dan sangat penting sesuai dengan kinerja yang diberikan. Dan lebih dari itu, para *member* akan menilai bahwa

atasannya mampu memberikan perlakuan yang adil dan pada akhirnya akan meningkatkan kenyamanan dan komitmen *member*. Namun, bila pemimpin tidak bisa membangun kualitas interaksi sosial yang baik antara atasan dan bawahan, maka karyawan akan menilai bahwa dirinya hanya dianggap sebagai ‘sapi perahan’ yang hanya dimanfaatkan demi keuntungan perusahaan atau organisasi semata. Hal ini tentunya akan berdampak pada menurunnya kenyamanan *member* untuk berada dalam perusahaan atau organisasi tersebut, yang berarti juga akan berdampak pada menurunnya komitmen organisasi dari *member* tersebut.

Selain kualitas interaksi sosial atasan bawahan, faktor persepsi terhadap kompensasi juga

berpengaruh terhadap komitmen organisasi *member*. Adanya penilaian *member* terhadap kompensasi yang diterimanya akan berpengaruh pada sikap dan perilaku *member* terhadap komitmennya kepada perusahaan atau organisasi tersebut. Ketika *member* memiliki penilaian yang positif terhadap kompensasi yang diterimanya, maka *member* akan menilai bahwa kinerjanya dihargai oleh perusahaan. Hal ini tentunya akan menimbulkan perasaan yang menyenangkan dan perasaan nyaman berada dalam bagian perusahaan atau organisasi. Sehingga dengan demikian, tingkat komitmen organisasi *member* meningkat.

Pada uji hipotesis minor pertama diperoleh  $r_{xly} = 0,357$  dengan  $p$  sebesar 0,001 ( $p < 0,01$ ), yang berarti terdapat hubungan positif yang

sangat signifikan antara kualitas interaksi sosial atasan bawahan dengan komitmen organisasi. Semakin tinggi kualitas interaksi sosial atasan bawahan maka semakin tinggi pula komitmen organisasi *member*, dan sebaliknya. Dengan demikian hipotesis minor pertama yang diajukan peneliti diterima. Pimpinan yang mampu menjaga adanya kontak sosial, komunikasi dan kerjasama dengan para *member* akan menimbulkan perasaan penghargaan dari *member*. Artinya, *member* akan merasa dihargai dan dianggap sebagai aset dari perusahaan yang penting. Dengan demikian maka, para *member* merasa nyaman dan betah berada dalam perusahaan tersebut. Hal tersebut tentunya juga membangun penerimaan para *member* kepada tujuan perusahaan dan juga nilai-nilai yang ada di dalam perusahaan tersebut dalam

bentuk menerima segala peraturan dan segala kebijakan yang ada dalam perusahaan. Selain hal itu, para *member* juga akan bersedia untuk bersungguh-sungguh melibatkan diri dalam perusahaan atau organisasi.

Pada uji hipotesis minor kedua diperoleh  $r_{x2y} = -0,010$  dengan  $p$  sebesar 0,468 ( $p < 0,01$ ), yang berarti tidak terdapat hubungan positif antara persepsi terhadap kompensasi dengan komitmen organisasi. Dengan demikian hipotesis minor kedua yang diajukan peneliti ditolak. Selain hal tersebut, temuan di lapangan menunjukkan bahwa sebagian besar *member* PT. Herbalife Indonesia di region Jember telah memiliki pekerjaan tetap selain sebagai *member* PT. Herbalife Indonesia. Baik yang bekerja sebagai polisi, guru, PNS, dan lain sebagainya. Dari temuan ini dapat diartikan bahwa besaran kompensasi

yang diterima dari PT. Herbalife Indonesia tidak terlalu berdampak besar bagi kelangsungan hidup para *member*. Hal ini dikarenakan para *member* telah memiliki penghasilan tetap dari pekerjaan pokok dan kompensasi dari PT. Herbalife hanya dianggap sebatas penghasilan tambahan semata. Oleh karena itu, maka penilaian yang diberikan oleh setiap karyawan, baik positif atau negatif tidak mempengaruhi komitmen organisasi *member*.

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada *member* PT. Herbalife Indonesia region Jember, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Terdapat hubungan yang sangat signifikan antara kualitas interaksi sosial atasan bawahan dan persepsi

terhadap kompensasi dengan komitmen organisasi.

2. Terdapat hubungan positif yang sangat signifikan antara kualitas interaksi sosial atasan bawahan dengan komitmen organisasi. Semakin tinggi kualitas interaksi sosial atasan bawahan maka semakin tinggi pula komitmen organisasi *member*, dan sebaliknya. Sumbangan efektif kualitas interaksi sosial atasan bawahan terhadap komitmen organisasi sebesar 12,74%.
3. Tidak terdapat hubungan antara persepsi terhadap kompensasi dengan komitmen organisasi. Semakin positif persepsi terhadap kompensasi maka tidak mempengaruhi

tingginya komitmen organisasi. Sumbangan efektif kualitas persepsi terhadap kompetensi terhadap komitmen organisasi hanya sebesar 0,01%

### **Saran**

#### **1. Bagi Pimpinan dan *Member***

Pimpinan dan *member* diharapkan dapat meningkatkan kualitas interaksinya dengan menjaga keteraturan dalam mengadakan pertemuan, baik secara formal maupun informal. Selain itu, pimpinan juga diharapkan meningkatkan dalam memberikan arahan, dorongan semangat dan motivasi bagi *member* agar dapat segera naik posisi/level.

#### **2. Bagi Perusahaan**

Pihak perusahaan diharapkan terus melanjutkan kebijakan-kebijakan yang dapat memfasilitasi

interaksi sosial atasan bawahan, seperti Sukses Training Seminar (STS), *Herbalife Opportunity Meeting* (HOM), Extravaganza, Mega HOM, dan *event-event* lain. Selain itu, pemberian kompensasi non material perlu dilanjutkan seperti mengundang *member* berprestasi ke atas panggung saat *event*, dan lain sebagainya.

#### **3. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Peneliti yang tertarik untuk melakukan penelitian tentang komitmen organisasi, kualitas interaksi sosial atasan-bawahan, ataupun persepsi terhadap kompensasi pada perusahaan *multi level marketing* (MLM) diharapkan dapat mengembangkan lebih lanjut penelitian-penelitian sebelumnya, terlebih dalam hal loyalitas konsumen pengguna produk *multi level marketing* serta mempelajari kekurangan-kekurangan yang ada

Hubungan Antara Kualitas Interaksi Sosial Atasan Bawahan dan Persepsi Terhadap Kompensasi dengan Komitmen Organisasi Pada *Member* Perusahaan *Multi Level Marketing* PT. Herbalife Indonesia

sehingga penelitian yang dilakukan akan lebih berkualitas.

Pengembangan Sumber Manusia, Universiti Teknologi Malaysia

## DAFTAR PUSTAKA

--- . 2010. Menko Kesra Khawatir AFTA Ganggu Perdagangan Domestik. Dalam *Kompas*. Surat Kabar Harian. 2 Januari 2010. Jakarta: PT. Kompas Media Nusantara

Adiyas. 2011. *Manajemen Sumber Daya Manusia: Kompensasi*.

Jakarta: Mercuri Buana Press

Arif, M.S.L., Ahmad, U.N., Rahman, S.A.A. 2004.

*Hubungan Kepuasan Komunikasi dengan*

*Komitmen terhadap Organisasi di Kalangan*

*Pekerja Teknikal : Kajian Kes di Flextronics*

*International, Senai, Johor*.

Perpustakaan Fakultri Pengurusan dan

Arikunto, S. 2001. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.

Arikunto, S. 1993. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta

Atkinson, R. C., Hilgard, E. R. 1991. *Pengantar Psikologi Jilid I*. Jakarta: Erlangga

Azwar, S. 2000. *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Azwar, S. 2002. *Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Bashir, S., Ramay, M.I., Jinnah M.A. 2008. *Determinants of Organizational Commitment a Study of Information Technology Professionals in Pakistan*. Institute of

- Behavioral and Applied Management : Bagaimana Organisasi Mengelola Kompetensi SDM. **Jurnal Ilmiah**. Vol. 9.
- Chairy, L.S. 2002. *Seputar Komitmen Organisasi*. Arisan86-KomitmenOrganisasi-Liche.pdf
- Colleen, C.M. 2005. *Employee Commitment*. Pretoria: University of Pretoria etd
- Departemen Pendidikan. 2002. *KBBI*. Jakarta: Balai Pustaka
- Gerungan, W A. 1991. *Psikologi Sosial*. Bandung: PT. Refika Aditama
- Greenberg, J. 2011. *Behavior in Organizations Tent Edition*. Pearson Education Limited
- Greenberg, J., Baron, R. A. 1995. *Behavior in Organizations Fifth Edition*. New Jersey: Prentice Hall Englewood
- Hadi, S. 2000. *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- Hanafi, I. 2010. Competence Based Human Resource Management : Bagaimana Organisasi Mengelola Kompetensi SDM. **Jurnal Ilmiah**. Vol. 9.
- Hapsari, H. M. 2008. Pengaruh Kualitas Manajemen, Motivasi Kewirausahaan, Dan Pengelolaan Merek Terhadap Kualitas Hubungan Franchise Dalam Meningkatkan Kinerja Penjualan : Studi Pada Perusahaan Franchise Di Kota Semarang Dan Yogyakarta. **TESIS**. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Harefa, A. 2000. *Pesona Bisnis Direct Selling MLM*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Hasibuan. 2002. **Manajemen Sumber Daya Manusia**. Jakarta : Bumi Aksara
- Ivancevich, J. M, dkk. 2005. *Perilaku dan Manajemen Organisasi*. Jakarta : Penerbit Erlangga
- Latipun. 2008. *Psikologi Eksperimen*. Malang: UMM

Hubungan Antara Kualitas Interaksi Sosial Atasan Bawahan dan Persepsi Terhadap Kompensasi dengan Komitmen Organisasi Pada *Member* Perusahaan *Multi Level Marketing* PT. Herbalife Indonesia

- Luthans, F. 2002. ***Organizational Behavior: An Evidence-Based Approach Twelfth Edition***. McGraw-Hill
- Mangkuprawira, S. 2002. ***Manajemen Sumber Daya Manusia Strategik***. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Mar'at 1981. ***Sikap Manusia, Perubahan serta Pengukurannya***. Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Meyer, J. P., Allen, N. J. 1990. The measurement and antecedents of affective, continuance and normative commitment to the organization. ***Jurnal of Occupational Psychology***. Vol. 63
- Meyer, J. P., Allen, N. J., Smith, C. A. 1993. Commitment to Organizations and Occupation: Extension and Test of a Three-Component Conceptualization. ***Jurnal of Applied Psychology***. Vol. 78
- Miner, J. B. 1992. ***Industrial Organizational Psychology***. McGraw-Hill
- Nawab, S., Bhatti, K. K. 2001. Influence of Employee Compensation on Organizational Commitment and Job Satisfaction: A Case Study of Educational Sector of Pakistan. ***International Journal of Business and Social Science***. Vol. 02.
- Nitisemito, A. 1984. ***Manajemen Personalia***. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Nawawi, H. H. 2000. ***Manajemen Sumber Daya Manusia***. Yogyakarta: Gajahmada University Press
- Panggabean, M. S. 2004. ***Manajemen Sumber Daya Manusia***. Jakarta : Ghalia Indonesia
- Robbins, S.P. 2001. ***Perilaku Organisasi jilid 2***. Jakarta: PT. Prenhallindo

- Robbins, S. 2008. *Perilaku Organisasi Buku 1*. Salemba Empat
- Soerjono, S. 1990. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta : PT. Rajawali, Pers
- Sopiah. 2008. *Perilaku Organisasi*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Steers, R.M. 1985. *Managing Effective Organizations*. Kent Publishing
- Suprihartanto, J., Harsiwi, T A M., Hadi, P. 2003. *Perilaku Organisasional*. Jogjakarta : STIE Yayasan Keluarga Pahlawan Negara
- Suyasa, T. 2008. Komitmen Organisasi dan *Organization Citizenship Behavior* pada karyawan *Call Centre* di PT. X. **Phronesis Jurnal Ilmiah Psikologi Industri dan Organisasi**. Vol.10
- Syani, A. 1987. *Manajemen Organisasi*. Jakarta: Penerbit PT. Bina Aksara
- Walgito, B. 2004. *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: Andi
- Winardi, J. 2004. *Manajemen Perilaku Organisasi*. Jakarta : PT. Prenada Media
- Young., Brian, S., Worchel., Stephen., Woehr., David J. 1998. Organizational Commitment Among Public Service Employees. *Journal of Public Personal Management*. Vol. 27.
- Zaid, S. 2009. Pengaruh Kepuasan Kompensasi terhadap Komitmen Organisasi dan Prestasi Kerja Karyawan pada PT. Bank Rakyat Indonesia di Sulawesi Tenggara. *Jurnal Manajemen Mutu*, Fakultas Ekonomi Universitas Haluoleo, Volume 8 : no.1