

**HUBUNGAN ANTARA PERSEPSI DUKUNGAN ORGANISASI**

**DENGAN PERILAKU INOVATIF KARYAWAN**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya untuk

Memenuhi Persyaratan dalam Menyelesaikan Program Strata Satu (S1) Psikologi (S.Psi)



Fianjar Sari

J71215110

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI**

**FAKULTAS PSIKOLOGI DAN KESEHATAN**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL**

**SURABAYA**

**2019**

## PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Hubungan Antara Persepsi Dukungan Organisasi Dengan Perilaku Inovatif Karyawan” merupakan karya asli yang diajukan untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Karya ini sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Surabaya, 1 April 2019



Fianjar Sari

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**Hubungan Persepsi Dukungan Organisasi  
dengan Perilaku Inovatif Karyawan**

Oleh:  
Fianjar Sari  
NIM. J71215110

Telah disetujui untuk diajukan pada Sidang Skripsi

Surabaya, 1 April 2019  
Dosen Pembimbing



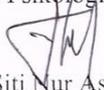
Dra. Hj. St. Azizah Rahayu, M.Si.  
NIP.195510071986032001

**HALAMAN PENGESAHAN**  
**SKRIPSI**  
**HUBUNGAN ANTARA PERSEPSI DUKUNGAN ORGANISASI DENGAN**  
**PERILAKU INOVATIF KARYAWAN**

Yang Disusun Oleh :  
Fianjar Sari  
J71215110

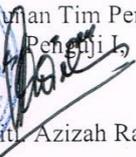
Telah dipertahankan di depan Tim Penguji  
Pada tanggal 16 April 2019

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Psikologi dan Kesehatan

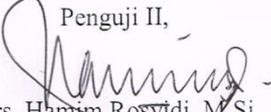
  
Dr. dr. Hj. Siti Nur Asiyah, M.Ag  
NIP. 197209271996032002



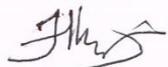
Susunan Tim Penguji  
Penguji I,

  
Dra. Hj. Siti Azizah Rahayu, M.Si  
NIP. 195510071986032001

Penguji II,

  
Drs. Hamim Rosyidi, M.Si  
NIP. 196208241987031002

Penguji III,

  
Dr. H. Jainudin, M.Si  
NIP. 196205081991031002

Penguji IV,

  
Nailatin Fauziyah, S.Psi, M.Si  
NIP. 197406122007102006



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA  
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300  
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Fianjar Sari  
NIM : J71215110  
Fakultas/Jurusan : Psikologi dan Kesehatan/Psikologi  
E-mail address : fianjars@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Skripsi  Tesis  Desertasi  Lain-lain  
(.....)

yang berjudul :

Hubungan antara Persepsi Dukungan Organisasi dengan Perilaku Inovatif Karyawan

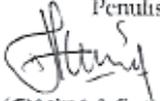
beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 25 April 2019

Penulis

  
(FIANJAR SARI)



















maupun perusahaan yang sudah berskala besar. Tentunya hal tersebut semakin memperketat tingkat persaingan antar perusahaan. Berdasarkan data yang telah diperoleh oleh Badan Pusat Statistik (BPS) pada Sensus Ekonomi pada tahun 2016, dapat diketahui bahwa terdapat 26,7 juta perusahaan yang telah berdiri di Indonesia. Angka ini tentunya meningkat jika dibandingkan dengan hasil Sensus Ekonomi sebelumnya yakni pada tahun 2006 dimana terdapat sebanyak 22,7 juta perusahaan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat sekitar 4 juta perusahaan baru yang telah berdiri di Indonesia dalam kurun waktu 10 tahun. (Detik Finance : 27 April 2017).

Jumlah perusahaan yang semakin tahun semakin meningkat seharusnya dapat menjadi motivasi atau dorongan bagi industri atau perusahaan untuk semakin berfikir kritis untuk kemajuan perusahaan. Namun kenyataannya, di tingkat Internasional perusahaan-perusahaan di Indonesia masih tertinggal dari Negara-negara lain. Berdasarkan data yang diperoleh dari International Institute For Manajemen Development (IMD 2016), Indonesia berada pada peringkat ke 48 diantara negara-negara yang lain. Hasil tersebut menunjukkan adanya penurunan pada daya saing industri Indonesia di tingkat Internasional karena pada sensus sebelumnya, Indonesia berada pada peringkat 42 (Gusstiawan, 2016).

Kalangan ekonom mengatakan bahwasannya perkembangan perindustrian di Indonesia belum menunjukkan arah yang jelas. Oleh sebab itu, industri di Indonesia cenderung kurang mampu berkembang dengan baik. Salah satu penyebabnya adalah bebasnya investor asing untuk menanam modal pada sector yang mereka kuasai yang dikarenakan tidak adanya panduan yang tegas dari

pemerintah. Akibatnya, daya saing industri nasional semakin lemah pada sektor yang telah dikuasai oleh para investor asing tersebut.

Pengamat Ekonomi Hendri Saparini mengungkapkan dampak kedepannya adalah, Indonesia kehilangan beberapa rantai industri yang semestinya bisa menjadi peluang untuk mengerabangkan industri nasional. Saat ini, di Indonesia berkembang industri yang sangat hulu dan sangat hilir, dan akibat negatifnya adalah justru kehilangan industri yang menjadi perantara dari industri hulu ke hilir tersebut. Pada sektor telekomunikasi, untuk kalangan menengah hampir setiap orang memiliki lebih dari satu media komunikasi yaitu telepon genggam. Itu menandakan industri yang sangat hilir berkembang di Indonesia. Sementara itu, hulunya adalah industri pengolahan timah. Mestinya antara industri hulu hingga ke hilir itu bisa dikembangkan di Indonesia, tapi nyatanya tidak. Hendri menjelaskan, padahal potensi timah di Indonesia merupakan yang terbesar di dunia. Namun, justru sebagian besar timahnya diekspor dan tidak diolah.

Contoh lain adalah adanya investasi asing dalam penanaman sayuran beserta tenaga kerjanya yang didatangkan dari luar negeri. Investasinya dari Taiwan dan tenaga kerjanya dari Vietnam lalu produknya dipasarkan di Indonesia. Akan sulit bagi industri di Indonesia untuk berkembang bila yang digunakan adalah pola-pola seperti ini. Mestinya pemerintah membimbing mereka (para investor asing) melalui panduan. Bila tidak, Indonesia akan terus kehilangan daya saing karena mereka bisa masuk dengan bebas ke sektor manapun yang mereka suka dan kuasai.

Bapak menteri koordinasi bidang perekonomian Darmin Nasution pernah mengatakan dalam suatu kesempatan bahwa tidak ada yang bisa menggantikan industri menjadi pilar motor penggerak ekonomi, tergantung mampu tidaknya kita dapat melahirkannya kembali. Indonesia sebenarnya sempat merasakan kejayaan dengan perkembangan ekonomi yang cukup cepat di tahun 1970-an, namun mulai mengalami kemunduran di tahun 1980-an. Tugas kita sebagai penerus saat ini adalah, berupaya untuk mengembalikan perekonomian di Indonesia agar dapat berkembang lebih cepat seperti kala itu. Industri yang berkembang dengan baik akan mendorong perekonomian menjadi lebih baik pula. (kemenperin.go.id)

Dengan adanya fakta-fakta demikian, maka sudah seharusnya industri-industri di Indonesia untuk meningkatkan kualitas dan kuantitasnya agar dapat bersaing secara optimal di tingkat internasional sehingga kedepannya tidak akan dipandang sebelah mata oleh negara-negara lainnya. Maka dari itu, perlu adanya inovasi-inovasi yang tepat dan berkelanjutan untuk menghasilkan kinerja perusahaan yang lebih baik sehingga dapat terus maju dan berkembang. Para peneliti memiliki keyakinan bahwa inovasi merupakan solusi dalam menghadapi setiap perubahan yang terjadi. Inovasi mengandung pengertian sebagai tindakan korektif terhadap perubahan, yang berpengaruh terhadap percepatan siklus perencanaan dalam menghasilkan suatu produk baru dan pelayanan yang dapat memberikan nilai manfaat serta kepuasan yang lebih tinggi kepada para stakeholder (Kanter, 2002)

Untuk dapat mewujudkan perusahaan yang inovatif maka diperlukan sumber daya manusia yang memiliki perilaku inovatif juga di dalamnya karena

pada dasarnya manusia yang bekerja dalam suatu perusahaan merupakan penggerak dari keunggulan perusahaan tersebut. Tanpa adanya manusia yang berkualitas, teknologi tidak berarti apa-apa. Manusia yang berkualitas harus dimiliki oleh organisasi yang inovatif karena hal tersebut merupakan komponen utama yang menjadi penentu majunya suatu perusahaan.

Perilaku inovatif adalah sebuah intensi untuk generasi, promosi dan realisasi pada ide-ide baru dalam peraturan kerja, grup atau organisasi, supaya menguntungkan performa kerja, grup atau organisasi. (West & Farr, 1989). Banyak orang yang mengartikan perilaku inovatif dan kreativitas adalah sama. Padahal sebenarnya perilaku inovatif dan kreativitas tidaklah sama. Kreativitas akan berhenti hanya pada generasi ide, berbeda dengan perilaku inovatif yang akan berlanjut sampai tahap dimana ide-ide tersebut di implementasikan (De Jong et al, 2010).

Han et al (1998) menjelaskan dalam hasil penelitiannya bahwa sebuah organisasi bisa memiliki kinerja yang lebih baik apabila organisasi tersebut menerapkan inovasi di dalamnya. Pentingnya inovasi bagi kelangsungan organisasi atau perusahaan pernah dibuktikan oleh perusahaan besar di bidang teknologi, yaitu *Apple* pada tahun 1980-an. Karena desain *Apple Macs* dengan mengusung *operating system*, *Apple* berhasil menjadi perusahaan underdog yang paling keren waktu itu, bahkan mampu menyaingi *IBM*. Namun, *Apple* menawarkan harga yang tinggi yang mengakibatkan *Apple* kalah bersaing di pasar. Hal tersebut membuat Steve Jobs, yang merupakan salah satu pendiri

perusahaan mengubah strategi perusahaan demi kembali meningkatkan penjualan yang menurun.

Di tahun 1996, Jobs berhasil menciptakan teknologi komputerisasi yang sangat canggih yang seluruhnya dikemas dengan elegan serta dipatok dengan harga yang masuk akal di pasaran. Tak berhenti sampai disitu, pada pertengahan tahun 2008, *Apple* kembali memperkenalkan *third-party app* yang pengembangan dan pendistribusianya meraup hasil yang sangat fantastis, yaitu sebesar 70 dollar. Keberhasilan *Apple* membuatnya dinobatkan sebagai "*the most valuable publicly traded company of all time*" pada tahun 2010 menyaingi rivalnya, yaitu Microsoft (Finansialku : 9 Februari 2018). Dengan demikian dapat diketahui bahwa dengan menciptakan atau menerapkan strategi-strategi dan inovasi-inovasi baru yang tepat dapat merubah nasib dari suatu perusahaan.

Perilaku inovatif dapat muncul karena berbagai faktor. Faktor yang pertama, faktor internal yang terdiri dari tipe kepribadian, gaya individu dalam memecahkan masalah, dan motivasi. Kedua, Faktor pekerjaan terdiri dari tuntutan dalam pekerjaan dan karakteristik pekerjaan. Ketiga, Faktor konstektual yang terdiri dari kepemimpinan, dukungan organisasi, dan iklim psikologis (Hammond et al, 2011).

Salah satu faktor yang penting dalam menumbuhkan perilaku inovatif adalah persepsi karyawan mengenai dukungan yang diberikan organisasi padanya. Persepsi dukungan organisasi merupakan persepsi karyawan mengenai tingkat kepedulian organisasi terhadap kontribusi dan kesejahteraan karyawan tersebut (Rhoades dan Eisenberger, 2002). Setiap karyawan memiliki keinginan yang sama

untuk diperhatikan dan didukung oleh organisasinya. Dukungan organisasi yang dimaksud adalah upaya organisasi untuk memberi penghargaan, perhatian, dan meningkatkan kesejahteraan karyawannya atas kontribusi yang telah karyawan berikan. Jika ia merasa telah diberi dukungan seperti yang ia harapkan, maka komitmen terhadap organisasi akan tumbuh dengan sendirinya. (Eisenberger, dkk., 2002).

Banyak dampak positif yang dihasilkan dari dukungan organisasi yang positif, seperti dapat meningkatkan komitmen karyawan terhadap organisasi. Selain itu, dukungan organisasi yang positif juga dapat meningkatkan kepuasan kerja dan mood positif, keterlibatan dan performa kerja. Dukungan organisasi yang positif juga mampu menurunkan tingkat withdrawal behavior, ketegangan dalam bekerja, sehingga produktivitas dalam organisasi dapat meningkat (Rhoades & Eisenberger, 2002). Dengan demikian, maka rasa memiliki terhadap perusahaan pada karyawan akan tumbuh dan menjadikannya memiliki motivasi untuk memajukan perusahaannya, salah satunya dengan berpikir dan berinovasi kedepan untuk kemajuan perusahaannya.

Pada penelitian ini, sampel yang digunakan adalah karyawan dari PT. Radio Shamsindo Indonusa yaitu perusahaan yang bergerak dalam bidang penyiaran radio. Proses penelitian mulai dari observasi, wawancara, dan pengumpulan data dimulai pada tanggal 13 sampai 15 maret 2019. Berdasarkan hasil dari observasi peneliti,

Perusahaan ini telah berdiri sejak tanggal 30 april 2008 silam. Lahir dari pemikiran-pemikiran para penggiat dakwah serta berada dibawah naungan Griya

Al Qur'an, menjadikan Radio Suara Muslim Surabaya sebagai salah satu radio yang sangat diminati, khususnya oleh kaum muslim. Sesuai dengan visi utamanya, yaitu menjadi jaringan radio (*networked radio station*) Islam nomor satu di Indonesia, perusahaan terus berupaya untuk terus berkembang menyesuaikan perkembangan zaman namun tetap mengutamakan nilai-nilai keislaman dan berpegang pada kaidah syar'i.

Hampir di seluruh penjuru daerah di tanah air memiliki stasiun radio. Namun, tidak jarang juga yang gulung tikar dari industri ini karena banyaknya pesaing serta kurang mampu dalam berinovasi untuk memenuhi kebutuhan pendengar. Ancaman utama industri radio adalah media hiburan atau penyiaran yang menyuguhkan tampilan visual seperti televisi, youtube dan layanan penyedia tayangan lainnya. Namun meskipun demikian, berdasarkan Survei Nielsen Indonesia hingga kuartal ketiga tahun 2017 diperoleh hasil bahwa jumlah pendengar radio adalah sebesar 62,3 juta orang yang tersebar di seluruh Indonesia yang didominasi anak muda sebanyak 56 persen dan 44 persen lainnya adalah orang dewasa. Hal tersebut menunjukkan bahwa minat terhadap radio ternyata masih cukup tinggi. Maka, perlu bagi industri ini untuk memutar otak dan menemukan sesuatu yang segar dan baru sehingga pendengar tidak merasa monoton atau bosan dengan program-program yang itu-itu saja sehingga dapat tetap terus maju dan bertahan meskipun dihantui dengan ancaman-ancaman persaingan diluaran sana yang semakin ketat.

Maka dari itu, PT. Radio Shamsindo Indonusa terus mengupgrade program-program radio dengan banyak sajian yang menarik. Bukan hanya

memutar lagu yang di request oleh pendengar saja seperti radio pada umumnya, radio suara muslim surabaya juga menyajikan murrotal Qur'an yang menyejukkan, membahas dan membicarakan topik-topik yang dapat menambah wawasan, serta tak jarang mengundang narasumber yang merupakan pakar dalam bidangnya untuk berdialog dan berbincang bersama, serta banyak program-program lain menarik lainnya. PT.Radio Shamsindo Indonusa juga kerap kali berkontribusi dan bekerja sama dalam berbagai kegiatan seperti kajian-kajian islami, talkshow, kegiatan amal, serta banyak kegiatan lainnya.

PT.Radio Shamsindo Indonusa juga terus berinovasi agar dapat lebih melebarkan sayapnya. Beberapa bentuk Inovasi yang telah dilakukan ialah adanya *radio streaming* yang bisa diakses di internet serta membuat *channel* youtube yang menyajikan berbagai konten-konten islami didalamnya. Selain itu, juga terdapat website yang berisi berbagai informasi, berita serta tips-tips menarik yang ditata dengan apik sehingga dapat menarik minat pembaca. Inovasi-inovasi tersebut tentunya tidak serta merta muncul dengan sendirinya, melainkan dengan pemikiran-pemikiran serta campur tangan sumber daya manusia di dalamnya.

Berdasarkan hasil *pre-elementary study*, sejauh ini dukungan dari perusahaan yang dirasakan sudah sesuai dengan yang ia harapkan. Misalnya dalam hal *salary*, perusahaan selalu memberikan tepat waktu. Selain itu, terkait dengan pekerjaan yang ia lakukan, apabila ada kesulitan atau kesalahan, atasan atau rekan-rekan sigap memberi bantuan dan masukan sehingga pekerjaan bisa selesai dengan optimal. Tidak ada celah khusus yang membatasi komunikasi antara atasan dengan karyawan. Fasilitas yang diberikan oleh perusahaan juga

cukup memadai. Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti, suasana dalam perusahaan sangatlah tenang dan nyaman. Didalam perusahaan terdapat beberapa ruang kerja yang didalamnya dilengkapi dengan peralatan kerja seperti meja, kursi, computer, serta pendingin untuk menunjang proses kinerja karyawan. Di luar ruangan juga terdapat lobby dengan sofa-sofa empuk yang dapat digunakan untuk karyawan bercengkrama dan menghabiskan waktu luang.

Memiliki perilaku inovatif merupakan suatu tuntutan bagi karyawan agar perusahaan dapat terus mempertahankan eksistensinya, begitu juga dengan industry penyiaran radio ini. Era digital dengan segala kecanggihannya menjadikan tantangan tersendiri bagi industry ini untuk berdikari agar terus maju meskipun banyak radio-radio diluaran sana yang sudah gulung tikar.

Besar kecilnya perhatian serta dukungan yang diberikan oleh perusahaan terhadap karyawan baik secara langsung maupun tidak langsung dapat mempengaruhi persepsi karyawan terhadap perusahaan. Semakin karyawan merasa dihargai, maka karyawan akan memberikan kinerja terbaiknya untuk kemajuan perusahaan, salah satunya adalah dengan berperilaku inovatif. Inovasi yang dilakukan karyawan merupakan kunci utama untuk mewujudkan kesuksesan yang berkesinambungan dalam mencapai superioritas di dalam sebuah persaingan (Van de Ven, 1986 dalam De Jong, 2007).

Berdasarkan pemaparan diatas membuat peneliti merasa tertarik untuk meneliti tentang “Hubungan Persepsi Dukungan Organisasi dengan Perilaku Inovatif Karyawan”, mengingat pentingnya hasil penelitian tersebut nantinya bagi dunia industri di Indonesia kedepannya nanti serta masih minimnya penelitian



Penelitian yang dilakukan oleh Komang Veni Widiyanti dan Dian Ratna Sawitri (2018) yang bertujuan untuk mengetahui hubungan iklim organisasi dengan perilaku inovatif karyawan. Dari penelitian ini diketahui bahwa terdapat hubungan yang signifikan diantara keduanya. Jika Iklim organisasi positif, maka perilaku inovatif karyawan akan meningkat. Namun, sumbangan dari hubungan antara iklim organisasi dengan perilaku organisasi sangat sedikit, yaitu sebesar 7%, dan sisanya berasal dari factor lain.

Penelitian yang dilakukan oleh Indra Octara dan Alice Salendu (2013) memperoleh hasil bahwa perilaku inovatif di tempat kerja berhubungan dengan iklim organisasi. Pada hasil penelitian juga dijelaskan bahwa sumbangan terbesar terhadap perilaku inovatif di tempat kerja berasal dari dimensi *open system*. Maka, semakin tinggi open system individu, perilaku inovatif di tempat kerja juga ikut tinggi. Semakin perusahaan mau dan siap untuk menerima perubahan, maka perilaku inovatif karyawan pun ikut meningkat.

Penelitian yang dilakukan oleh Yuki Gradiannisa dan Alice Salendu (2014). Dari penelitian tersebut diketahui bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara persepsi dukungan organisasi dan perilaku inovatif dalam bekerja. Selain itu, diperoleh hasil tambahan yaitu salah satu dimensi dari persepsi dukungan organisasi yang paling dominan adalah dimensi fairness.

Penelitian oleh Wendy Niesen, Anahi Van Hootegem, dan Tinne Vander Elst tentang ketidakamanan kerja dan perilaku kerja inovatif memperoleh hasil yang bertentangan dengan hipotesis peneliti, antara ketidak amanan kerja dan generasi serta implementasi ide tidak memiliki hubungan yang signifikan. Namun, peneliti

menemukan adanya hubungan positif antara pelanggaran kontrak psikologis dengan generasi dan implementasi ide.

Penelitian yang dilakukan oleh Agnieszka WOJTCZUK-Turek Warsawa (2012) yang menganalisis predicators individu perilaku kerja inovatif karyawan (IWB) memperoleh hasil bahwa dimensi yang paling kuat dari perilaku inovatif adalah *self efficacy*. *Self-efficacy* merupakan predicator paling kuat dari perilaku inovatif. Maka, semakin kuat *self-efficacy* karyawan, semakin kuat pula perilaku inovatif karyawan tersebut.

Penelitian terdahulu mengenai persepsi dukungan organisasi dilakukan oleh Rizki Cahya Ardhanari dan Meita Santi Budiani (2017) dimana tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara persepsi dukungan organisasi dengan komitmen organisasi pada karyawan. Dari penelitian ini, dapat diketahui bahwa salah satu yang membuat komitmen organisasi terbentuk adalah karena persepsi dukungan organisasi

Endah Mujiasih (2015) juga pernah melakukan penelitian untuk mengetahui hubungan persepsi dukungan organisasi dengan *employee engagement*. Hipotesis peneliti bahwa terdapat hubungan positif antara persepsi dukungan organisasi dengan *employee engagement* pada karyawan kontrak yang bekerja minimal satu tahun diterima. Persepsi dukungan organisasi memberikan sumbangan 39,8% pada *employee engagement*, sedangkan sisanya 60,2% ditentukan oleh faktor-faktor lain yang tidak diungkap dalam penelitian ini.

Penelitian lain oleh Emi Murniasih dan Ketut Sudarma (2016) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara persepsi dukungan organisasi dan

kompetensi pada kinerja karyawan. Komitmen afektif juga terbukti memediasi persepsi dukungan organisasi dan kompetensi pada kinerja karyawan. Penelitian Hartiwi Agustina (2012) tentang pengaruh persepsi dukungan organisasi (Perceived Organization Support) terhadap kinerja dosen melalui motivasi kerja menyimpulkan bahwa perubahan kinerja dosen dipengaruhi oleh perubahan persepsi dukungan organisasi dan motivasi kerja sebesar 63,90 % dan sisanya 36,10 % dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model.

Penelitian oleh Nasrin Arshadi (2011) menunjukkan bahwa Persepsi dukungan organisasi berhubungan positif dengan komitmen organisasi dan di-peran kinerja. Selain itu, persepsi dukungan organisasi juga berhubungan positif dengan rasa berkewajiban karyawan, serta berhubungan negatif dengan niat omset.

Adapun yang menjadi persamaan penelitian ini dengan penelitian-penelitian sebelumnya yaitu sama-sama meneliti mengenai persepsi dukungan organisasi dan perilaku inovatif, namun yang membedakan adalah, dalam penelitian ini, peneliti akan meneliti hubungan diantara keduanya. Selain itu, lokasi dan subyek penelitian juga berbeda.

Terdapat salah satu penelitian terdahulu yang meneliti hubungan antara persepsi dukungan organisasi dengan perilaku inovatif karyawan di tempat kerja, namun teori dan aspek yang diungkap dalam penelitian serta subyek dan lokasi penelitian dengan penelitian ini berbeda, sehingga nantinya diharapkan penelitian ini dapat menjadi pembanding dari penelitian sebelumnya.







lebih signifikan ataupun yang lebih efisien. (Kleysen & Street, 2001).

Menurut Scott dan Bruce (1994) perilaku inovatif berasal dari munculnya ide atau agagasan baru dari individu untuk menyelesaikan masalah yang dihadapinya. Secara singkat mengenai perilaku inovatif yaitu dimana perilaku inovatif yang ditunjukkan adalah bermula dari individu yang menemukan ide atau gagasan baru yang bertujuan untuk menyelesaikan masalah yang dihadapinya. Kemudian individu tersebut berusaha untuk mencari dukungan agar dapat merealisasikan ide-ide tersebut, kemudian individu akan ikut berkontribusi dalam melaksanakan ide-ide tersebut. Istilah inovasi merupakan proses untuk mengkreasikan dan mengkombinasikan sesuatu yang baru, apakah dalam bentuk produk, jasa, sistem, dan kebijakan yang memberikan nilai tambah sosial dan ekonomis (Adair, 1995; Scott & Bruce, 1994; Hussey, 1997; Drucker, 1985).

Perilaku inovatif yang dimiliki oleh karyawan dapat meningkatkan kinerja perusahaan. Menurut Hartini (2002), inovasi yang tinggi dapat meningkatkan kemampuan perusahaan dalam menciptakan produk-produk yang lebih berkualitas. dengan meningkatnya kualitas produk, maka meningkat pula minat beli konsumen terhadap produk-produk tersebut.



### 3. *Championing*

Aspek selanjutnya adalah *championing*. *Championing* merupakan aspek yang sangat penting dari perilaku inovatif. Ide-ide yang telah dihasilkan sebelumnya selanjutnya dijual atau diusulkan agar dapat direalisasikan. Pada tahap ini, karyawan harus memiliki keahlian untuk meyakinkan kepada atasan bahwa inovasi atau ide baru yang dibuat memiliki potensi yang besar untuk memajukan perusahaan. Semakin besar usaha karyawan untuk meyakinkan atasan bahwa inovasi yang dibuatnya memiliki dampak positif untuk perusahaan, maka semakin besar kemungkinan inovasi-inovasi atau ide-ide tersebut akan direalisasikan dalam perusahaan, baik dalam bentuk produk maupun program atau prosedur kerja.

### 4. *Application*

Aspek terakhir adalah *application* atau penerapan. Ide-ide yang telah berhasil diyakinkan dan disetujui selanjutnya diimplementasikan atau dipraktekkan. Implementasi dapat berupa peningkatan produk atau prosedur yang telah ada ataupun yang baru atau belum pernah ada sebelumnya. Diperlukan usaha yang keras serta tanggung jawab atas penerapan inovasi baru tersebut agar dapat berjalan dengan baik sesuai dengan harapan atau rencana awal.



















Apabila organisasi tersebut tidak dapat memberikan kesejahteraan yang cukup bagi karyawan, maka karyawan akan merasa tidak dihargai dan dapat menimbulkan keinginan bagi karyawan untuk mencari organisasi atau perusahaan lain yang dapat lebih menghargai kesejahteraannya. Sehingga, tingkat turnover dalam perusahaan bisa meningkat dan dampak berdampak buruk pada perusahaan.

### **C. Hubungan Antara Persepsi Dukungan Organisasi dengan Perilaku Inovatif Karyawan**

Munculnya perilaku inovatif dalam diri karyawan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor. Berdasarkan hasil penelitian, terdapat tiga faktor utama yang mempengaruhi perilaku inovatif yaitu faktor internal, faktor pekerjaan, dan faktor konstektual (Hammond, Neff, Farr, Schwall, & Zhao, 2011). Faktor internal antara lain tipe kepribadian, gaya individu dalam memecahkan masalah, dan motivasi. Kemudian faktor pekerjaan yang dapat mempengaruhi perilaku inovatif antara lain tuntutan dalam pekerjaan dan karakteristik pekerjaan. Sedangkan faktor konstektual yang mempengaruhi munculnya perilaku inovatif terdiri dari kepemimpinan, dukungan, dan iklim psikologis.

Salah satu faktor penting yang dapat mempengaruhi perilaku inovatif karyawan adalah adanya dukungan untuk berinovasi. Dukungan dari orang-orang sekitar baik dari dalam maupun dari luar organisasi

sangat berpengaruh bagi karyawan untuk berperilaku inovatif (Scott & Bruce, dalam Fajrianti 2012). Dalam hal ini, dukungan dari dalam organisasi merupakan pendorong yang paling diperlukan karyawan setelah keluarga, mengingat sebagian besar waktu karyawan dihabiskan untuk bekerja dan mengabdikan pada perusahaan, maka karyawan perlu mendapatkan feedback atau dukungan yang baik dari perusahaan.

Dukungan dari organisasi memiliki peran penting terhadap inovasi karyawan, dimana karyawan yang secara aktif diberikan dukungan oleh organisasi tempatnya bekerja, maka cenderung memberikan kinerja yang positif untuk ikut serta membantu organisasi dalam mengefektifkan pembentukan inovasi dan memberikan upaya untuk dapat melaksanakan inovasi tersebut (Patterson, Kerrin, & Gatto-Roissard, 2009). Terdapat berbagai bentuk dukungan terpadu dari organisasi dalam memberikan stimulasi untuk mempromosikan perilaku inovatif setiap agen yang berperan di dalamnya, salah satu caranya adalah pemimpin memberikan dukungan dengan cara menyediakan sumber daya, saran, dan umpan balik serta aktif memberikan dorongan kepada karyawan untuk ikut serta memberikan sumbangsih pemikiran dalam pengembangan organisasi, organisasi juga dapat menciptakan suasana yang mendukung dalam meningkatkan perilaku inovatif pada karyawan, dan ketersediaan dukungan praktis yang diberikan kolega di perusahaan untuk membantu individu memperkenalkan ide, metode, prosedur baru ke organisasi (Patterson et al, 2009).

Hubungan antara Persepsi Dukungan Organisasi dengan Perilaku Inovatif Karyawan diteliti dengan mengambil populasi karyawan di salah satu perusahaan, dimana para karyawan tersebut memiliki tugas dan wewenang masing-masing yang telah didistribusikan oleh atasan mereka. Perusahaan atau organisasi yang baik adalah perusahaan yang mau peduli dan memberi dukungan atas apa yang disampaikan atau digagas oleh karyawannya. Semakin positif persepsi karyawan atas dukungan yang diberikan oleh perusahaan, maka rasa memiliki dan hutang budi terhadap perusahaan akan meningkat, sehingga karyawan akan memberikan kinerja dan sumbangsih terbaiknya terhadap perkembangan dan kemajuan perusahaan, salah satunya adalah dengan memberikan ide-ide dan inovasi yang dapat membangun dan menyelesaikan problem-problem yang ada dalam perusahaan.

#### **D. Kerangka Teoritik**

Inovasi merupakan salah satu hal yang sangat penting untuk menjaga perusahaan agar tetap dapat maju dan berkembang. Tingginya inovasi yang dimiliki oleh perusahaan akan mendorong terciptanya produk-produk dengan kualitas yang semakin baik. Semakin meningkatnya kualitas produk yang dihasilkan maka perusahaan akan lebih unggul dalam bersaing serta nantinya akan berdampak pada kemajuan kinerja perusahaan (Hartini, 2012).

Perilaku inovatif pada karyawan bisa muncul karena adanya berbagai faktor baik internal maupun eksternal. Salah satu faktor eksternal yang

dapat mendorong perilaku inovatif adalah persepsi karyawan terhadap dukungan organisasi yang diberikan. Karyawan akan melihat dan menilai seberapa besar dukungan yang diberikan oleh organisasi atas kinerja yang telah diberikan. Jika karyawan merasa organisasi atau perusahaan telah memberikan dukungan yang positif, maka karyawan akan merasa memberikan timbal balik yang positif juga, yaitu dengan berkontribusi penuh terhadap kemajuan perusahaan.

Banyak cara yang dapat dilakukan karyawan dalam keturut sertaannya dalam memajukan perusahaannya, salah satunya adalah dengan berperilaku kerja yang inovatif. Menurut Dess dan Picken (2000) inovasi adalah kunci agar organisasi dapat mempertahankan superioritasnya dalam persaingan. Organisasi dapat bersaing dan mempertahankan eksistensinya jika mampu untuk mengaplikasikan inovasi di dalamnya (Koc & Ceylan, 2007). Maka dengan memiliki perilaku inovatif, karyawan turut serta dalam upaya membantu perusahaannya untuk bersaing dan mempertahankan eksistensinya.

Berdasarkan uraian diatas kemudian peneliti membuat model kerangka pemikiran seperti berikut :









#### **D. Populasi**

Menurut Sugiyono (2013) populasi adalah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dari penelitian ini adalah sebanyak 33 karyawan PT. Radio Shamsindo Indonusa. Karena jumlah populasi yang kurang dari 100 orang, maka sesuai dengan pendapat Arikunto yaitu apabila populasi kurang dari 100, maka sampel di ambil dari keseluruhan populasi yang ada sehingga penelitian ini disebut dengan penelitian populasi dimana seluruh populasi akan dijadikan sampel penelitian. Sehingga, pada penelitian ini tidak diperlukan adanya penentuan sampel atau teknik sampling.

#### **E. Instrumen Penelitian**

Teknik pengumpulan data adalah cara peneliti untuk memperoleh data-data yang diperlukan dalam penelitian. Pada penelitian ini, teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah dengan menggunakan skala penelitian dari masing-masing variabel. Azwar (2010) mendefinisikan bahwa skala merupakan suatu penempatan atribut atau karakteristik objek pada titik-titik tertentu sepanjang suatu kontinum (Azwar, 2010).

Skala yang digunakan pada penelitian ini adalah skala perilaku kerja inovatif dan skala persepsi dukungan organisasi. Adapun bentuk skala yang digunakan adalah skala *likert*. Skala *likert* biasa dipergunakan dalam pengukuran berupa pendapat, sikap serta persepsi dari seseorang ataupun

kelompok mengenai fenomena sosial (Sugiyono, 2016:90). Pada skala ini, pernyataan dibagi menjadi 2 jenis yaitu pernyataan *favorable* dan pernyataan yang *unfavorable*. Adapun rentang jawaban dari skala perilaku inovatif adalah mulai Tidak pernah hingga Selalu. Sedangkan rentang jawaban dari skala persepsi dukungan organisasi adalah mulai dari Sangat Tidak Setuju (STS) hingga Sangat Setuju (SS) .

#### 1. Skala Perilaku Inovatif

Perilaku Inovatif adalah aktivitas serta upaya individu dalam memperkenalkan ide baru yang berhubungan dengan proses, produk maupun prosedur. Skala perilaku inovatif berguna untuk melakukan pengukuran perilaku inovatif individu berdasarkan 4 dimensi perilaku inovatif yang dipaparkan oleh De Jong dan Hartog (2008:6), adapun dimensi-dimensi tersebut adalah *Opportunity exploration*, *Idea generation*, *Championing*, dan *Application*.

alat ukur ini merupakan hasil modifikasi dari skala asli milik De Jong dan Hartog yang terdiri dari 17 aitem yang kemudian oleh peneliti ditambahkan beberapa aitem untuk penyempurnaan pengukuran sehingga menjadi 27 aitem. Dalam alat ukur ini, terdapat 5 respon yang dapat dipilih oleh responden yaitu, Tidak Pernah, Kadang-kadang, Jarang, Sering, dan Selalu.







---

Total	19	5	24
-------	----	---	----

---

**Tabel 3.4****Penilaian Skala Persepsi Dukungan Organisasi**

Respon	F	UF
Sangat Sesuai	5	1
Sesuai	4	2
Antara Sesuai dan Tidak	3	3
Tidak Sesuai	2	4
Sangat Tidak Sesuai	1	5

**3. Validitas dan Reliabilitas****a) Validitas**

Menurut Azwar (2012), suatu alat ukur dapat dikatakan valid apabila skor validitas yang dihasilkan tinggi dan dapat memberikan hasil pengukuran yang sesuai dengan maksud dan tujuan dari pengukuran tersebut.

Pada penelitian ini, adapun batasan yang digunakan untuk menyeleksi aitem adalah  $\geq 0,30$ . Maka, aitem atau pernyataan yang memperoleh skor kurang dari 0,30 akan gugur dan disisihkan dan pernyataan yang memperoleh



**Tabel 3.6*****Blue print skala Perilaku Inovatif setelah tryout***

Dimensi	Indikator	Jenis Item		JUM
		F	UF	
<i>Opportunity Exploration</i>	Menemukan sebuah peluang	1, 9		5
	untuk meningkatkan kinerja	10, 15		
	Memikirkan proses kerja dengan cara alternatif.			3
<i>Idea generation</i>	Pembuatan konsep untuk tujuan peningkatan	2, 18,	17	4
	Menemukan solusi terhadap problem-problem yang telah diidentifikasi	6, 7		4
<i>Championing</i>	Menerapkan ide dengan rekan kerja	11, 13,14		3
	Berusaha meyakinkan nilai tambah dari inovasi yang diusulkan	4, 8, 12,		4
<i>Application</i>	Usaha yang dilakukan oleh individu untuk menerapkan ide ke dalam praktek	3, 5, 16,	19	4
<b>Total</b>		<b>17</b>	<b>2</b>	<b>19</b>

b. Uji *Try out* variable Perilaku Inovatif

Tabel 3.7

## Aitem Valid Dan Gugur

Aitem	Corrected Item-Total Correlation	Keterangan	Aitem	Corrected Item-Total Correlation	Keterangan
1	.694	Valid	13	.484	Valid
2	.567	Valid	14	.037	Gugur
3	.703	Valid	15	.453	Valid
4	.597	Valid	16	.507	Valid
5	.675	Valid	17	.266	Gugur
6	.367	Valid	18	.593	Valid
7	.505	Valid	19	.351	Valid
8	.558	Valid	20	.446	Valid
9	.389	Valid	21	.618	Valid
10	.576	Valid	22	.685	Valid
11	.437	Valid	23	.735	Valid
12	.488	Valid	24	.598	Valid

Berdasarkan hasil dari uji coba *try out* skala Persepsi Dukungan Organisasi, dari total keseluruhan 24 aitem pernyataan terdapat 22 aitem yang valid karena memiliki daya diskriminasi lebih dari 0,3. Adapun aitem tersebut adalah aitem nomer 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 15, 16, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24 dan adapun aitem yang tidak valid adalah aitem nomer 14 dan 17.

**Tabel 3.8****Blueprint Skala Persepsi Dukungan Organisasi Setelah Try Out**

Dimensi	Indikator	Jenis Item		JUM
		F	UF	
Dukungan Keadilan	Keadilan dalam aspek structural mencakup peraturan formal dan keputusan mengenai pegawai	1, 2, 3, 4	5	5 item
	Keadilan dalam aspek interaksional dimana organisasi memperlakukan pegawai sesuai dengan hasil kerja	6, 7, 8	9	4 item
Dukungan atasan / supervisor	Atasan memberikan arahan dalam bekerja	10, 11,	-	2 item
	Atasan memberikan feedback	12, 13,	-	2 item
	Atasan tanggap dalam keluhan dan pendapat bawahan	14, 15		2item
Dukungan Kesejahteraan Karyawan	Adanya kepedulian organisasi kepada pengembangan karyawan	16	-	1 item
	Adanya kepedulian organisasi terhadap kepuasan kerja karyawan	17	18, 19	3 item
	Adanya kepedulian organisasi terhadap kenyamanan kondisi lingkungan kerja karyawan	20, 21, 22	-	3 item
<b>Total</b>		<b>18</b>	<b>4</b>	<b>22</b>

























**Tabel 4.6****Hasil Uji Linearitas**

			F	Sig.
Perilaku Inovatif	Between Groups	(Combined)	1,234	,326
Persepsi Dukungan		Linearity	2,718	,114
Organisasi		Diviation from Linearity	1,085	,415
	Within Groups			
	Total			

Dari hasil uji linieritas antara perilaku inovatif dan persepsi dukungan organisasi di atas, di peroleh nilai signifikansi sebesar 0,415 lebih besar dari 0,05. Maka antara perilaku inovatif dan persepsi dukungan organisasi memiliki hubungan yang linear.

Berdasarkan hasil uji prasyarat data yang dilakukan melalui uji normalitas sebaran kedua variabel baik variabel perilaku inovatif maupun variable persepsi dukungan organisasi, keduanya dinyatakan normal. Demikian juga pada hasil uji linearitas hubungan antar variabel dinyatakan berkolerasi linier. Maka hal tersebut menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut telah memenuhi syarat untuk dianalisis dengan menggunakan teknik analisis korelasi product moment.







adalah terdapat hubungan antara persepsi dukungan organisasi dengan perilaku inovatif karyawan.

perilaku inovatif diartikan sebagai suatu aktivitas individu yang mempunyai tujuan untuk memperkenalkan sebuah ide baru yang berhubungan dengan proses, produk dan prosedur (De Jong, 2007). Eisenberger dan Rhoades (dalam Yih & Htaik, 2011) mendefinisikan persepsi dukungan organisasi sebagai persepsi karyawan terhadap kepedulian organisasi terhadap kesejahteraan mereka serta bagaimana organisasi dalam menilai kontribusi yang telah mereka berikan.

Berdasarkan hasil uji analisis korelasi *product moment* dengan bantuan SPSS 16.0, diperoleh signifikansi sebesar  $0,001 < 0,05$ . Karena signifikansi yang diperoleh lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara persepsi dukungan organisasi dengan perilaku inovatif karyawan. Dengan demikian, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dinyatakan telah diterima.

Pada hasil uji analisis *product moment* juga dapat diketahui bahwa korelasi antara kedua variabel adalah sebesar  $0.550^*$  yang berarti antara persepsi dukungan organisasi dan perilaku inovatif memiliki hubungan yang positif. Maka, semakin baik persepsi karyawan terhadap dukungan organisasi, akan semakin tinggi pula perilaku inovatif yang dimiliki oleh karyawan tersebut.

Selain itu, dilakukan pula uji korelasi regresi linier sederhana yang memperoleh hasil bahwa pengaruh persepsi dukungan organisasi terhadap perilaku inovatif karyawan hanya sebesar 30% sedangkan 70% lainnya adalah berasal dari faktor lain.

Berdasarkan data demografi subyek, diketahui bahwa subyek dalam penelitian ini terdiri dari laki-laki dan perempuan. Subyek dengan jenis kelamin laki-laki berjumlah 19 orang atau 58% dari total keseluruhan subyek. Sedangkan subyek dengan jenis kelamin perempuan berjumlah 14 orang atau 42% dari total keseluruhan subyek. Subyek dengan rentang usia 15-30 tahun berjumlah 18 orang atau 55% dari jumlah keseluruhan subyek, sedangkan subyek pada rentang usia 31-40 tahun adalah sebanyak 8 orang atau 24% dari jumlah keseluruhan subyek, dan subyek dengan rentang usia diatas 40 tahun adalah sebanyak 7 orang atau 21% dari total keseluruhan subyek.

Berdasarkan tingkat pendidikan, subyek didominasi oleh pendidikan terakhir S1 yaitu sebanyak 17 orang atau 52%, kemudian disusul oleh subyek dengan pendidikan terakhir SMA sebanyak 10 orang atau 30%, dan subyek dengan pendidikan terakhir D3 dan S2 berjumlah imbang, yaitu masing-masing 3 orang atau 9% dari total keseluruhan subyek. Dan data demografi yang terakhir adalah masa kerja, dimana peneliti menggolongkan

masa kerja dalam 3 golongan yaitu kurang dari 3 tahun, 3-10 tahun. Dan diatas 10 tahun. Subyek yang telah bekerja selama kurang dari 3 tahun adalah 16 orang atau 48% dari jumlah keseluruhan subyek, sedangkan subyek yang telah bekerja selama 3-10 tahun berjumlah 17 orang atau 52% dari jumlah keseluruhan subyek, dan yang bekerja dalam rentang waktu > 10 tahun adalah 0.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti menyimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara persepsi dukungan organisasi dengan perilaku inovatif karyawan. Hasil ini relevan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Yuki Gradiannisa dan Alice Salendu (2014), dimana diperoleh hasil bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara persepsi dukungan organisasi dan perilaku inovatif di tempat kerja. Dari hasil penelitian tersebut, diperoleh hasil perhitungan nilai korelasi sebesar  $r = .369$  yang berarti terdapat hubungan yang positif diantara kedua variabel. Maka, apabila karyawan mempersepsikan diberi dukungan oleh organisasi, maka perilaku inovatif karyawan dalam bekerja juga akan meningkat

Penelitian yang dilakukan oleh Lina Febriani Ayu Andon Dewi, Reny Yuniasanti, dan Sowanya Ardi Prahara (2017), juga memperoleh hasil yang serupa, dimana diperoleh hasil analisis korelasi product moment sebesar  $r = 0,439$  ( $p < 0,050$ ). Hasil









- Fajrianti, dkk. 2012. *Hubungan antara Komitmen Organisasi dengan Kesiapan untuk Berubah pada Karyawan Divisi Enterprise Service (DES) Telkom Ketintang Surabaya*. Jurnal Psikologi Industri dan Organisasi Volume 1 No. 02, Juni 2012
- Gradiannisa, Yuki dan Salendu , Alice. 2014. *Hubungan Antara Persepsi Dukungan Organisasi Dan Perilaku Inovatif Di Tempat Kerja Pada Karyawan*. Jurnal FPSI UI 2014.
- <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-3485474/ada-398-juta-perusahaan-baru-di-ri-dalam-10-tahun-terakhir> . Diakses 20 November 2018
- <https://www.finansialku.com/kisah-perubahan-strategi-bisnis/> . Diakses 20 November 2018.
- Hammond, M., Neff, N.L., Farr, J.L., Schwall, A.R., & Zhao, X. 2011. *Predictors Of Individuallevel Innovation At Work: A Meta-Analysis*. Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts, 5, 90.
- Han, J.K., Kim, N., & Srivastava, R., 1998. *Market orientation and organizational performance: Is innovation a missing link?*. Journal of Marketing 62 (4), 30–45.
- Hartini, S. 2012. *Peran inovasi: Pengembangan kualitas produk dan kinerja bisnis*. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, 14, 82-88.
- Kanter, A. 2002. *Human Resources Management, Terjemahan*, Jakarta: PT. Bratama Media.
- Kleysen, R.F., & Street, C.T. 2001. *Toward a multi-dimensional measure of individual innovative behavior*. Journal of Intellectual Capital. Vol. 2, No. 3, 1469-1930.
- Koc, T., & Ceylan, C. 2007. *Factores impacting the innovative capacity in large – scale companies*. Technovation 27, 105 – 104.
- Koesmono, H. T. 2007. *Pengaruh Kepemimpinan, Tuntutan Tugas dan Career Plateau terhadap Stres Kerja, Komitmen Organisasi dan OCB Perawat Rumah Sakit Haji Surabaya*. Jurnal Widya Manajemen dan Akuntansi, Vol.7 No.1 April 2007.
- Leavitt, Harold J. 1978. *Managerial Psychology, an introduction to Individual. Pairs, and Groups in Organization*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Leong, C. T., & Rasli, A. (2014). The Relationship between innovative work behavior on work role performance: An empirical study. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 129, 592-600.
- Mujiasih, Endah. 2015. *Hubungan Antara Persepsi Dukungan Organisasi (Perceived Organizational Support) dengan Keterikatan Karyawan (Employee Engagement)*. Jurnal Psikologi Universitas Diponegoro, 14 (1), 40-51.
- Murniasih, Emi & Sudarma, Ketut. 2016. *Pengaruh Persepsi Dukungan Organisasi Dan Kompetensi Pada Kinerja Karyawan Dimediasi Komitmen Afektif*. Management Analysis Journal 5 (1) (2016)
- Niesen, Wendy et al. 2018. *Job Insecurity and Innovative Work Behaviour: A Psychological Contract Perspective*. *Psychologica Belgica*, 57(4), pp. 174–189
- Octara, Indra & Salendu, Alice. 2013. *Hubungan antara Iklim Organisasi dan Perilaku Inovatif di Tempat Kerja pada Karyawan*. Jurnal FPSI UI.

- Patterson, F., Kerrin, M., & gatto-Roissard, G. 2009. *Characteristic and behaviours of innovative people in organisations (A paper prepared for NESTA Policy and Research Unit (NPRU))*
- Putra, Andhika & Fajrianti, Kresnandito. 2012. *Pengaruh Persepsi Kepemimpinan Transformasional terhadap Perilaku Inovatif Penyiar Radio*. Jurnal Psikologi Industri dan Organisasi Vol. 1 No. 02, Agustus 2012
- Raimanu, Gusstiawan . 2016. *Analisis Daya Saing Indonesia Tahun 2016-2017 : Sebuah Analisis Kebijakan Manajemen Keuangan Internasional*. Article.
- Rhoades, L. & Eisenberger, R. 2002. *Perceived Organizational Support: A Review Of The Literature*. Journal of Applied Psychology, 87(4), 698 – 714.
- Singgih Santoso. 2002. *SPSS Versi 11.5 Cetak Kedua* Jakarta: Gramedia
- Scott, S.G., & Bruce, R.A. 1994. *Determinants Of Innovative Behavior: A Path Of Individual Innovation In The Workplace*. Academy of Management Journal. Vol. 37, No. 3, 580-607.
- Shanock, L. R., Eisenberger, R. 2006. *When Supervisors Feel Supported: Relationships With Subordinate's Perceived Supervisor Support, Perceived Organizational Support, and Performance*. Journal of Applied Psychology, 91 (3), 689-695.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: AFABETA.
- Turek, Agnieszka Wojtczuk. 2012. *Innovative Work Behavior And Psychological Capital – Analysis Of Relationships*. Article · January 2012
- Udai Pareek, 1996. *Perilaku Organisasi*. Jakarta: Pustaka Binaman Pressindo.
- Wann Yih, W., & Htaik, S. (2011). *The Impact Of Perceived Organizational Support, Job Satisfaction, And Organizational Commitment On Job Performance In Hotel Industry*. The 11 International DSI And The 16th APDSI Joint Meeting, Taipei, Taiwan, July 12-16, 2011.
- West, M. A., & Farr, L. J. 1989. *Innovation At Work : Psychological Perspective*. Social Behaviour, 4, 15-30.
- Widiyanti, Komang Veni & Sawitri, Dian Ratna. 2018. *Hubungan Antara Iklim Organisasi Dengan Perilaku Inovatif Pada Karyawan Final Assay Divisi Produksi Pt. Hartono Istana Teknologi Sayung Demak*. Jurnal Empati, Volume 7 (Nomor 1), Halaman 406-411 , Januari 2018