

**THE INFLUENCE OF PERSONALITY, JUSTICE AND AFFECTIVE
COMMITMENT TO BEHAVIOR OF REVENGE IN ORGAINATION OF
MARKETING EMPLOYEES
PT Andalas Berlian Motor, Padang Branch**

Hengki Mardian, Ice Kamela, Elfitra Azliyanti
Department of Management, Faculty of Economics and Business
Bung Hatta University

ABSTRACT

This study aims to prove and analyze the influence of personality and affective commitment on revenge behavior in organizations. In this study, the samples were employees of the marketing department at PT Andalas Berlian Motor, Padang Branch. The analytical method used in this research is multiple regression and t-statistical testing. Based on the results of hypothesis testing that has been done, it is found that personality, justice and affective commitment have a positive effect on revenge behavior in the organization among employees of the marketing division of PT Andalas Berlian Motor, Padang Branch.

In the work plan of PT Andalas Berlaian, Padang Branch, each sales person is given a work target of 4 units of Mitsubishi brand automotive vehicles. For employees, the target of 4 vehicles is certainly a challenge and has a high level of difficulty. In general, sales with one another compete with each other to achieve targets, so that many of them blame each other or badmouth their fellow salesmen, either in front of their leaders or customers. This behavior is reciprocally reciprocated (retaliation behavior), so that the cooperation formed between sales is not well-established and has an impact on not achieving the sales target that is imposed on them. The phenomenon shown by the sales of PT Andalas Berlian Motor in selling Mitsubishi vehicle units shows that there is revenge behavior in the organization, if this is allowed to continue, it will affect the image of sales and distributors in the future.

Keywords: Sales, Marketing, Revenge

**PENGARUH KEPERIBADIAN, KEADILAN DAN KOMITMEN AFEKTIF
TERHADAP PERILAKU BALAS DENDAM DALAM ORGAINISASI PADA
KARYAWAN BAGIAN MARKETING
PT Andalas Berlian Motor Cabang Padang**

Hengki Mardian¹⁾, Ice Kamela²⁾, Elfitra Azliyanti³⁾
Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Bung Hatta

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan dan menganalisis pengaruh kepribadian dan komitmen afektif terhadap perilaku balas dendam dalam organisasi. Pada penelitian ini yang menjadi sampel adalah karyawan bagian marketing di PT Andalas Berlian Motor Cabang Padang. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi berganda dan pengujian t-statistik. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan ditemukan bahwa kepribadian, keadilan dan komitmen afektif berpengaruh positif terhadap perilaku balas dendam dalam organisasi pada karyawan bagian marketing di PT Andalas Berlian Motor Cabang Padang.

Dalam rancangan kerja PT Andalas Berlian Motor Cabang Padang setiap *sales* diberikan target kerja 4 unit kendaraan otomotif merek Mitshubishi. Bagi karyawan target 4 unit kendaraan tentu menjadi tantangan dan memiliki tingkat kesulitan yang tinggi. Pada umumnya sales satu dengan yang lain saling bersaing untuk mencapai target, sehingga banyak diantara mereka yang saling menyalahkan atau menjelek-jelekan rekan sesama sales, baik dihadapan pimpinan atau pun pelanggan. Perilaku tersebut saling berbalas (*retaliation behavior*), sehingga kerja sama yang terbentuk antar sales tidak terjalin dengan baik dan berdampak pada tidak tercapainya target penjualan yang dibebankan pada mereka. Fenomena yang diperlihatkan sales PT Andalas Berlian Motor dalam melakukan penjualan unit kendaraan Mitshubishi menunjukkan adanya perilaku balas dendam dalam organisasi jika hal tersebut terus dibiarkan maka akan mempengaruhi image sales dan distributor di masa mendatang.

Kata kunci : Sales, Marketing, Balas dendam