

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.2 Latar Belakang Penelitian	3
1.3 Perumusan Masalah.....	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	9
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN	11
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	11
2.1.1 <i>Knowledge</i>	11
2.1.2 <i>Knowledge Management</i>	11
2.1.3 <i>Knowledge Sharing</i>	13
2.1.4 <i>Rewards</i>	13
2.1.5 <i>Organizational Mechanisms</i>	14
2.1.6 <i>Interpersonal Support</i>	16

2.2	Kerangka Pemikiran	16
2.2.1	Penelitian Terdahulu.....	16
2.2.2	Analisis Komparatif dari Penelitian Terdahulu.....	20
2.2.3	Model Penelitian.....	22
2.3	Hipotesis Penelitian	22
BAB 3 METODE PENELITIAN		24
3.1	Jenis Penelitian	24
3.2	Operasionalisasi Variabel	24
3.2.1	Variabel Dependen	24
3.2.2	Variabel Independen.....	25
3.3	Populasi dan Sampel.....	33
3.4	Pengumpulan Data.....	35
3.5	Uji Validitas dan Reliabilitas	35
3.5.1	Validitas	35
3.5.2	Reliabilitas	38
3.6	Teknik Analisis Data	40
3.6.1	Analisis Deskriptif.....	40
3.6.2	Metode Successive Internal.....	41
3.6.3	Analisis Regresi Linier Berganda.....	42
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		45
4.1	Profil Responden	45
4.1.1	Pengelompokan Responden dari Jenis Kelamin	45
4.1.2	Pengelompokan Responden dari Usia	45
4.1.3	Pengelompokan Responden dari Masa Kerja	46
4.1.4	Pengelompokan Responden dari Pendidikan Terakhir.....	46

4.1.5	Pengelompokan Responden dari Band Posisi	47
4.2	Hasil Analisis Data Penelitian.....	47
4.2.1	Analisis Deskriptif.....	47
4.3	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	54
4.3.1	Uji Asumsi Klasik	56
4.3.2	Analisis Determinasi (R^2)	58
4.3.3	Uji Parsial (Uji t)	59
4.4	Pembahasan Hasil Pengolahan Data.....	61
4.4.1	Seberapa baik <i>rewards</i> terkait <i>knowledge sharing</i> pada <i>Marketing dan Planning and Transformation Directorate</i> di PT. Telekomunikasi Selular?.	61
4.4.2	Seberapa baik <i>organizational mechanisms</i> terkait <i>knowledge sharing</i> pada <i>Marketing dan Planning and Transformation Directorate</i> di PT. Telekomunikasi Selular?.....	62
4.4.3	Seberapa baik <i>interpersonal support</i> terkait <i>knowledge sharing</i> pada <i>Marketing dan Planning and Transformation Directorate</i> di PT. Telekomunikasi Selular?.....	64
4.4.4	Seberapa baik efektivitas <i>knowledge sharing</i> pada <i>Marketing dan Planning and Transformation Directorate</i> di PT. Telekomunikasi Selular?.	65
4.4.5	Apakah <i>rewards</i> mempengaruhi efektivitas <i>knowledge sharing</i> pada <i>Marketing dan Planning and Transformation Directorate</i> di PT. Telekomunikasi Selular?.....	66
4.4.6	Apakah <i>organizational mechanisms</i> mempengaruhi efektivitas <i>knowledge sharing</i> pada <i>Marketing dan Planning and Transformation Directorate</i> di PT. Telekomunikasi Selular?.....	66
4.4.7	Apakah <i>interpersonal support</i> mempengaruhi efektivitas <i>knowledge sharing</i> pada <i>Marketing dan Planning and Transformation Directorate</i> di PT. Telekomunikasi Selular?.....	67

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	68
5.1 Kesimpulan	68
5.2 Saran	69
DAFTAR PUSTAKA	71
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	74
Lampiran 2. Konversi Skala Ordinal Menjadi Interval Menggunakan Method of Successive Interval (MSI)	81
Lampiran 3. Hasil SPSS Uji Validitas dan Reliabilitas	141