

ABSTRAK

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis model peningkatan loyalitas organisasi melalui identitas sosial, keterlibatan organisasi, dan kepercayaan organisasi. Populasinya adalah seluruh anggota PRIMKOVERI Kab. Demak. Dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, mengkhususkan pada anggota dengan masa keanggotaan minimal 1 tahun, maka diperoleh jumlah sampel sebesar 93 responden. Alat analisisnya adalah path analysis, dimana sebelumnya dilakukan uji validitas dan reliabilitas serta uji asumsi klasik. Hasil pengujian menunjukkan bahwa identitas sosial dan keterlibatan organisasi mampu memberikan kontribusi yang lebih baik dalam meningkatkan loyalitas organisasi. Identitas sosial dan kepercayaan organisasi mampu memberikan kontribusi yang lebih baik dalam meningkatkan loyalitas organisasi. Keterlibatan organisasi mampu menjadi variabel intervening antara identitas sosial terhadap loyalitas organisasi. Kepercayaan organisasi mampu menjadi variabel intervening antara identitas sosial terhadap loyalitas organisasi. Dapat diartikan bahwa semakin anggota merasa bahwa dirinya memiliki visi misi yang sama dengan organisasi dan menganggap dirinya bagian dari organisasi, maka akan meningkatkan keterlibatan anggota dan kepercayaan anggota terhadap organisasi tersebut, sehingga secara tidak langsung tentu akan berdampak pada perilaku loyalitas anggota tersebut terhadap organisasi.

Kata Kunci : Identitas Sosial, Keterlibatan Organisasi, Kepercayaan Organisasi, Loyalitas Organisasi

ABSTRACT

The purpose of this research is to find out and analyze models of increasing organizational loyalty through social identity, organizational involvement, and organizational trust. The population is all members of PRIMKOVERI in Demak. By using purposive sampling technique, specifically for members with a minimum membership period of 1 year, a total sample of 93 respondents was obtained. The analysis tool is the path analysis, which was previously tested for validity and reliability as well as the classic assumption test. The test results show that social identity and organizational involvement can contribute better increasing organizational loyalty. Social identity and organizational trust can contribute better in increasing organizational loyalty. Organizational involvement is able to be an intervening variable between social identity and organizational loyalty. Organizational trust is able to be an intervening variable between social identity and organizational loyalty. It can be interpreted that the more members feel that they have the same vision and mission as the organization consider themselves part of the organization, it will increase the involvement of members and the trust of members of the organization, so that it will indirectly have an impact on the loyalty behavior of members of the organization.

Keywords : Social Identity, Organizational Involvement, Organizational Trust, Organizational Loyalty