

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **MOTTO**

*“Jadikanlah sabar dan sholat sebagai penolongmu, dan sesungguhnya yang demikian itu adalah berat, kecuali bagi orang-orang yang khusyu”*

*(Qs. Al Baqoroh:45)*

*“ sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila telah selesai (urusan dunia) bersungguh- sungguhlah (dalam beribadah ). Dan hanya kepada Tuhan-Mu lah ber harap”*

*(Qs. Al Insyirah: 6-8)*

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya atas segala nikmat yang diberikan untuk penulis. Nabi Muhammad SAW yang memberikan teladan kepada seluruh umatnya, dimana mendorong penulis untuk selalu ingin menjadi orang yang lebih baik lagi. Sehingga tiada alasan bagi penulis untuk berhenti bersyukur “Alhamdulillah Alhamdulillah Alhamdulillah” karena dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul: **“PENINGKATAN KINERJA KARYAWAN MELALUI PROMOSI JABATAN DAN BUDAYA ORGANISASI DENGAN DISIPLIN KERJA SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA RUMAH SAKIT MITRA KELUARGA TEGAL”**.

Penulisan skripsi ini merupakan kewajiban untuk melengkapi tugas serta syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Islam Sultan Agung Semarang. Dengan keberhasilan tersusunnya skripsi ini penulis menyadari telah banyak mendapatkan pengarahan dan bimbingan dari berbagai pihak yang telah dengan ikhlas membantu sampai penyusunan skripsi ini selesai. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Hj. Olivia Fachrunnisa, SE, M.Si, Ph.D, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
2. Ibu Dra. Hj. Alifah Ratnawati, MM, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

3. Ibu Ken Sudarti, SE, Msi, selaku Dosen Pembimbing yang dengan sabar memberikan bimbingan, saran, petunjuk dan selalu meluangkan waktunya dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
4. Seluruh dosen pengajar, staff, serta karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang telah memberikan ilmu pengetahuan sebagai dasar penulis untuk dapat menyusun skripsi ini.
7. Keluargaku, terutama Bapak, Ibu dan saudaraku terimakasih atas segala doa, dukungan, cinta, dan kasih sayang yang diberikan kepada penulis selama ini.
8. Semua pihak yang telah membantu tersusunnya skripsi ini, baik secara langsung maupun tidak langsung yang telah memberikan bantuan dan motivasi.

Semoga Allah berkenan membalas budi baik semua pihak yang telah memberikan bantuan, dorongan, petunjuk, dan bimbingan kepada penulis, sehingga tersusun skripsi ini. Penulis berharap semoga hasil penulisan ini dapat bermanfaat bagi pembaca maupun pihak yang berkepentingan.

Semarang, 26 Agustus 2016

Penulis

Junita

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iii
ABSTRAKSI .....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	5
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	5
1.4.2 Manfaat Praktis .....	6
II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori .....	7
2.1.1 <i>Brand Image</i> .....	7
2.1.2 <i>Brand Love</i> .....	9
2.1.3 <i>Brand Equity</i> .....	11
2.1.4 <i>Attitudinal Loyalty</i> .....	15
2.2 Variabel Variabel Penelitian dan Pengembangan Hipotesis .....	17

2.2.1	Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap <i>Brand Love</i> .....	17
2.2.2	Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap <i>Brand Equity</i> .....	18
2.2.3	Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap <i>Attitudional Loyalty</i> ....	19
2.2.4	Pengaruh <i>Brand Love</i> Terhadap <i>Attitudional Loyalty</i> .....	20
2.2.5	Pengaruh <i>Brand Equity</i> Terhadap <i>Attitudional Loyalty</i> .....	21
2.6	Kerangka Pikir .....	22

### III METODE PENELITIAN

3.1	Jenis Penelitian .....	23
3.2	Populasi dan Sampel .....	23
3.2.1	Populasi dan Populasi .....	23
3.2.2	Teknik Pengambilan Sampel .....	25
3.3	Jenis Dan Data .....	25
3.4	Metode Pengumpulan Data .....	25
3.5	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	26
3.6	Metode Analisis Data .....	27
3.6.1	Analisis Kualitatif .....	27
3.6.2	Analisis Kuantitatif .....	28

### IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Umum Responden .....	35
4.1.1	Jenis Kelamin Responden .....	35
4.1.2	Umur Responden .....	36
4.1.3	Pendidikan Responden .....	36
4.2	Analisis Kualitatif .....	37
4.2.1	Variabel <i>Brand Image</i> .....	37
4.2.2	Variabel <i>Brand Love</i> .....	40
4.2.3	Variabel <i>Brand Equity</i> .....	42
4.2.4	Variabel <i>Attitudional Loyalty</i> .....	45
4.3	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	48
4.4	Analisis Kualitatif .....	49

4.4.1 Uji Asumsi Klasik .....	50
4.4.2 Path Analysis.....	53
4.4.3 Koefisien Determinasi.....	56
4.4.4 Pengujian Hipotesis.....	57
4.4.5 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung .....	60
4.3 Pembahasan .....	61
4.4.1 Pengaruh Promosi Jabatan Terhadap Disiplin Kerja .....	61
4.4.2 Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Disiplin Kerja ...	62
4.4.3 Pengaruh Promosi Jabatan Terhadap Kinerja SDM.....	63
4.4.4 Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Kinerja SDM.....	64
4.4.5 Pengaruh Disiplin Kerja Terhadap Kinerja SDM .....	65
V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan .....	67
5.2 Saran .....	68

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	27
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden .....	35
Tabel 4.2 Usia Responden.....	36
Tabel 4.3 Tingkat Pendidikan Responden .....	37
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap Logo Atau Simbol BRI Syariah Mudah Di Kenal .....	38
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap BRI Syariah Semarang Mudah Diingat .....	38
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Merasa Bangga Menabung di BRI Syariah Semarang.....	39
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Merasa Terkesan Dengan Produk yang Ditawarkan Oleh Bank BRI Syariah Semarang.....	40
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Merasa Cinta Menggunakan Produk Bank BRI Syariah Semarang .....	41
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Terhadap Menabung Di Bank BRI Syariah Semarang Mencerminkan Diri Sebagai Seorang Muslim .....	42
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Terhadap BRI Syariah Semarang Sudah Terkenal Di Kalangan Kolega Dibandingkan Bank Syariah .....	43
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Terhadap Bank BRI Syariah Semarang Merupakan Salah Satu Bank Syariah Terbaik Di Semarang .....	44
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Terhadap Berharap Bank BRI Syariah Semarang Lebih Memprioritaskan Nasabahnya .....	45
Tabel 4.13 Tanggapan Responden Terhadap Tidak Akan Berniat Untuk Pindah Dari Bank BRI Syariah Semarang Ke Bank Syariah Lain .....	46
Tabel 4.14 Tanggapan Responden Terhadap Muslim Akan Menjadikan Bank BRI Syariah Sebagai Pilihan Utama Dalam Menabung .....	47

Tabel 4.15	Tanggapan Responden Terhadap Lebih Memilih Bank BRI Syariah Semarang Karena Kualitas Layanannya yang Bagus .....	47
Tabel 4.16	Uji Validitas .....	48
Tabel 4.17	Uji Reliabilitas .....	50
Tabel 4.18	Normalitas Data .....	51
Tabel 4.20	<i>Coefficient</i> .....	54
Tabel 4.21	<i>Coefficient</i> .....	54
Tabel 4.22	<i>Coefficient</i> .....	55
Tabel 4.23	<i>Model Summary</i> .....	56



## DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1 Kerangka Pikir .....	22
Gambar4.1 Heteroskedastisitas .....	52