

**HUBUNGAN IKLIM ORGANISASI, KOMUNIKASI ORGANISASI
DAN PROFIL KEBUTUHAN DENGAN LOYALITAS
ANGGOTA KLUB TOASTMASTERS DI
MEDAN**

TESIS

OLEH

**BOY HENRY
NPM. 101804006**



**PROGRAM STUDI MAGISTER PSIKOLOGI
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2012**

**HUBUNGAN IKLIM ORGANISASI, KOMUNIKASI ORGANISASI
DAN PROFIL KEBUTUHAN DENGAN LOYALITAS
ANGGOTA KLUB TOASTMASTERS DI
MEDAN**

TESIS

OLEH

**BOY HENRY
NPM. 101804006**

Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Psikologi pada
Program Studi Magister Psikologi Program Pascasarjana
Universitas Medan Area



**PROGRAM STUDI MAGISTER PSIKOLOGI
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2012**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA
PROGRAM PASCASARJANA
MAGISTER PSIKOLOGI**

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul : Hubungan Iklim Organisasi, Komunikasi Organisasi dan Profil
Kebutuhan dengan Loyalitas Anggota Klub Toastmasters di Medan

Nama : Boy Henry

NPM : 101804006

Menyetujui

Pembimbing I



Prof. Dr. Abdul Munir, MPd

Pembimbing II



Dra. Irna Minauli, MSi

Ketua Program Studi
Magister Psikologi



Prof. Dr. Abdul Munir, MPd

Direktur Pascasarjana



Prof. Dr. Ir. Retno Astuti Kuswardani, MS

Telah diuji pada tanggal 9 Mei 2012

Nama : Boy Henry

NPM : 101804006



Panitia Penguji Tesis:

Ketua : Azhar Azis, SPsi, MA

Sekretaris : Nurmaida Irawani, SPsi, MSi

Pembimbing I : Prof.Dr.Abdul Munir, MPd

Pembimbing II: Dra.Irna Minauli, MSi

Penguji Tamu : Rahmi Lubis, SPsi, MPsi

PERNYATAAN KEORISINILAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Boy Henry
NPM : 101804006

Dengan ini menyatakan bahwa Tesis ini dengan judul :

“ Hubungan Iklim Organisasi, Komunikasi Organisasi dan Profil Kebutuhan dengan Loyalitas Anggota Klub Toastmasters di Medan”

Adalah benar merupakan hasil penelitian yang saya kerjakan sendiri tanpa meniru atau menjiplak hasil penelitian orang lain.

Apabila di kemudian hari bahwa tesis ini tidak orisinil dan merupakan hasil plagiat, maka saya bersedia di cabut gelar magister yang saya peroleh.

Demikian pernyataan ini saya perbuat dengan sebenarnya.

Medan, Juli 2012

Yang menyatakan,



Boy Henry

HUBUNGAN IKLIM ORGANISASI, KOMUNIKASI ORGANISASI DAN PROFIL KEBUTUHAN DENGAN LOYALITAS ANGGOTA KLUB TOASTMASTERS DI MEDAN

Boy Henry
Irna Minauli
Abdul Munir

ABSTRAK

Loyalitas anggota merupakan hal penting untuk kelangsungan dan perkembangan organisasi. Loyalitas anggota berhubungan dengan beberapa variabel sehingga diadakan penelitian untuk meneliti variabel-variabel yang berhubungan dengan loyalitas anggota yaitu iklim organisasi, komunikasi organisasi dan profil kebutuhan.

Populasi adalah anggota dari empat klub Toastmasters di Medan. Teknik sampel adalah total sampel dengan jumlah 61 orang. Teknik korelasi dan regresi berganda digunakan untuk meneliti hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat baik sendiri-sendiri maupun secara bersama-sama.

Hasil penelitian menunjukkan: (1) Ada hubungan positif, signifikan dan kuat ($R=0.559$) antara iklim organisasi dengan loyalitas anggota. (2) Ada hubungan positif, signifikan dan cukup kuat ($R=0.489$) antara komunikasi organisasi dengan loyalitas anggota. (3) Ada hubungan positif, signifikan dan kuat ($R=0.640$) antara profil kebutuhan dengan loyalitas anggota. (4) Ada hubungan positif, signifikan dan kuat ($R=0.700$) antara iklim organisasi, komunikasi organisasi dan profil kebutuhan secara bersama-sama dengan loyalitas anggota. (5) Hasil regresi berganda menunjukkan 49% loyalitas anggota dipengaruhi oleh iklim organisasi, komunikasi organisasi dan profil kebutuhan secara bersama-sama. Dari ketiga variabel bebas tersebut variabel profil kebutuhan adalah paling signifikan ($\text{sig.} = 0.000$).

Penelitian ini menyarankan organisasi klub Toastmasters untuk menjaga iklim organisasi yang kondusif, komunikasi organisasi yang lancar dan memfasilitasi aktivitas-aktivitas organisasi yang bisa memenuhi kebutuhan anggota agar loyalitas anggota terjaga.

Kata Kunci : Loyalitas Anggota, Iklim Organisasi, Komunikasi Organisasi, Profil Kebutuhan

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis sampaikan ke hadirat Allah SWT atas rahmat dan hidayahNya, penulis dapat menyelesaikan tesis ini untuk memenuhi sebagian dari persyaratan guna memperoleh gelar Magister Psikologi Program Pascasarjana di Universitas Medan Area.

Bagi penulis, penulisan tesis ini merupakan kesempatan yang berharga sekali untuk mencoba menerapkan beberapa teori yang diperoleh selama ini semasa kuliah ke dalam dunia nyata. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam pembahasan materi dan penyajian kata-kata dalam tesis ini masih belum sempurna sehingga dengan kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran untuk penyempurnaan tesis ini.

Banyak pihak yang telah dengan tulus dan ikhlas memberikan bantuan, baik secara langsung maupun secara tidak langsung berupa dukungan dan dorongan semangat untuk menyelesaikan penulisan tesis ini. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih serta penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Prof.Dr.Abdul Munir, MPd, selaku ketua program studi Magister Psikologi Program Pascasarjana Universitas Medan Area yang dalam hal ini juga merupakan pembimbing pertama yang telah mencurahkan perhatian dan

pemikiran serta memberikan bimbingan yang bermanfaat bagi penulisan tesis ini.

2. Dra.Irna Minauli, MSi, selaku dosen pembimbing kedua yang telah membantu , membimbing dan memberikan saran-saran yang bermanfaat dalam penulisan tesis ini.
3. Para staf pengajar progam studi Magister Psikologi Program Pascasarjana Universitas Medan Area yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan yang bermanfaat bagi penulis selama menempuh masa perkuliahan.
4. Presiden klub Medan First Toastmasters Club, Deli Toastmasters Club, Polonia Toastmasters Club dan Titanium Toastmasters Club yang telah memberikan kesempatan dan memberikan bantuan kepada penulis untuk melakukan penelitian di keempat klub Toastmasters tersebut.
5. Teman-teman mahasiswa angkatan 2010 program studi Magister Psikologi Program Pascasarjana Universitas Medan Area yang telah memberikan bantuan, dukungan serta kerjasama yang sangat baik selama penulis menempuh masa perkuliahan serta dalam proses penyelesaian tesis ini.
6. Pihak keluarga penulis dan pihak-pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu atas kontribusinya membantu dan mendukung penulis dalam penulisan tesis ini.



Teriring doa kepada Allah SWT semoga kebaikan dan bantuan bapak, ibu, saudara, saudari dan teman-teman semuanya mendapat ganjaran dari Allah SWT;

Akhirnya, penulis juga berharap semoga penelitian ini bermanfaat baik bagi penulis, bagi organisasi klub Toastmasters dan bagi pihak-pihak lain yang berkepentingan.

Medan, Mei 2012

Boy Henry

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah	10
1.3. Batasan Masalah	10
1.4. Rumusan Masalah	11
1.5. Tujuan Penelitian	11
1.6. Kegunaan Penelitian	12
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Loyalitas	13
2.1.1. Pengertian Loyalitas	13
2.1.2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas	18
2.2. Iklim Organisasi	20
2.2.1. Pengertian Iklim Organisasi	20
2.2.2. Dimensi Iklim Organisasi	24

2.3. Komunikasi Organisasi	33
2.3.1. Pengertian Komunikasi dan Komunikasi Organisasi	33
2.3.2. Fungsi Komunikasi dalam Organisasi	35
2.3.3. Pola Komunikasi Organisasi	39
2.4. Profil Kebutuhan	43
2.4.1. Teori Hirarki Kebutuhan Abraham Maslow	44
2.4.2. Teori ERG Alderfer	45
2.4.3. Teori Dua Faktor Herzberg	47
2.4.4. Teori Kebutuhan David McClelland	49
2.5. Kerangka Konseptual dan Hipotesis	52
BAB III. METODE PENELITIAN	
3.1. Desain Penelitian	55
3.2. Populasi dan Sampel	56
3.3. Definisi Operasional Variabel	57
3.3.1. Iklim Organisasi (variabel independen X1)	57
3.3.2. Komunikasi Organisasi (variabel independen X2)	58
3.3.3. Profil Kebutuhan (variabel independen X3)	58
3.3.4. Loyalitas Anggota (variabel dependen Y)	59
3.4. Instrumen Pengumpulan Data	60
3.5. Prosedur Pengumpulan Data	63
3.6. Analisis Data	64
3.6.1. Uji Kualitas Data	64
3.6.2. Uji Hipotesis dalam Korelasi	65
3.6.3. Uji Hipotesis dalam Regresi	67
3.6.4. Sumbangan Prediktor	68
3.6.5. Uji Asumsi Dasar	69
3.6.6. Uji Asumsi Regresi Berganda	70

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1. Orientasi Kancah Penelitian	72
4.2. Sampel dan Data Responden	79
4.3. Analisis Data	82
4.3.1. Uji Validitas dan Reliabilitas	82
4.3.2. Uji Normalitas	85
4.3.3. Uji Linieritas	86
4.3.4. Analisis Hubungan antara Iklim Organisasi dengan Loyalitas Anggota	87
4.3.5. Analisis Hubungan antara Komunikasi Organisasi dengan Loyalitas Anggota	88
4.3.6. Analisis Hubungan antara Profil Kebutuhan dengan Loyalitas Anggota	89
4.3.7. Analisis Hubungan antara Iklim Organisasi, Komunikasi Organisasi dan Profil Kebutuhan secara bersama-sama dengan Loyalitas Anggota	90
4.3.8. Sumbangan Efektif	93
4.3.9. Uji Multikolinearitas	96
4.3.10. Uji Heteroskedastisitas	97
4.4. Pembahasan	98
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan	102
5.2. Saran	103
DAFTAR PUSTAKA	105
LAMPIRAN	112
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	165

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Faktor-faktor <i>Hygiene</i> dan <i>Motivators</i>	48
Tabel 2. Hubungan Antara Faktor <i>Hygiene</i> dan <i>Motivators</i>	48
Tabel 3. Karakteristik Individu dengan <i>N-Achievement</i> , <i>N-Affiliation</i> , <i>N-Power</i> tinggi	50
Tabel 4. Variabel-variabel Penelitian	60
Tabel 5. <i>Blue Print</i> Skala Psikologi Loyalitas Anggota	61
Tabel 6. <i>Blue Print</i> Skala Psikologi Iklim Organisasi	62
Tabel 7. <i>Blue Print</i> Skala Psikologi Komunikasi Organisasi	62
Tabel 8. <i>Blue Print</i> Skala Psikologi Profil Kebutuhan	63
Tabel 9. Data Responden Anggota 4 Klub Toastmasters di Medan	81
Tabel 10. <i>Blue Print</i> Skala Psikologi Loyalitas Anggota setelah dikurangi item gugur	82
Tabel 11. <i>Blue Print</i> Skala Psikologi Iklim Organisasi setelah dikurangi item gugur	83
Tabel 12. <i>Blue Print</i> Skala Psikologi Komunikasi Organisasi tanpa item gugur	84
Tabel 13. <i>Blue Print</i> Skala Psikologi Profil Kebutuhan setelah dikurangi item gugur	85
Tabel 14. Rangkuman Hasil Perhitungan Uji Normalitas Kolmogorov- Smirnov	86
Tabel 15. Rangkuman Hasil Perhitungan Uji Linieritas	86
Tabel 16. Hasil Analisis Korelasi Iklim Organisasi dengan Loyalitas Anggota	87
Tabel 17. Hasil Analisis Korelasi Komunikasi Organisasi dengan Loyalitas Anggota	88

Tabel 18. Hasil Analisis Korelasi Profil Kebutuhan dengan Loyalitas Anggota	89
Tabel 19. Hasil Analisis Regresi Berganda Iklim Organisasi Komunikasi • Organisasi dan Profil Kebutuhan dengan Loyalitas Anggota	91
Tabel 20. Koefisien-koefisien Regresi	92
Tabel 21. Perhitungan Sumbangan Efektif	94
Tabel 22. Sumbangan Efektif Tiap Aspek Variabel Iklim Organisasi	95
Tabel 23. Sumbangan Efektif Tiap Aspek Variabel Komunikasi Organisasi	95
Tabel 24. Sumbangan Efektif Tiap Aspek Variabel Profil Kebutuhan	96
Tabel 25. Statistik Kolinieritas	97
Tabel 26. Rangkuman Hasil Pengujian Hubungan Antar Variabel	99

DAFTAR GAMBAR

	halaman
Gambar 1. Jumlah Anggota klub Toastmasters yang mendaftar ulang • 2007-2011	5
Gambar 2. Persentase pendaftaran ulang masing-masing klub Toasmasters 2007-2011	6
Gambar 3. Kerangka Konseptual Penelitian	54
Gambar 4. Bagan Organisasi Toastmasters International	74
Gambar 5. Bagan Organisasi Klub Toastmasters	76
Gambar 6. <i>Scatterplot</i> untuk Uji Heteroskedastisitas	98

DAFTAR LAMPIRAN

	halaman
Lampiran 1. Skala Psikologi untuk Penelitian	112
Lampiran 2. Data Responden	119
Lampiran 3. Data Hasil Pengisian Skala Psikologi	122
Lampiran 4. Uji Validitas dan Reliabilitas	131
Lampiran 4.1. Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Loyalitas Anggota	132
Lampiran 4.2. Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Iklim Organisasi	134
Lampiran 4.3. Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Komunikasi Organisasi	140
Lampiran 4.4. Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Profil Kebutuhan	142
Lampiran 5. Uji Korelasi antar Variabel	145
Lampiran 5.1. Uji Korelasi antara Iklim Organisasi dan Loyalitas Anggota	146
Lampiran 5.2. Uji Korelasi antara Komunikasi Organisasi dan Loyalitas Anggota	147
Lampiran 5.3. Uji Korelasi antara Profil Kebutuhan dan Loyalitas Anggota	148
Lampiran 6. Uji Regresi Berganda	149
Lampiran 7. Koefisien-koefisien <i>Cross-Products</i> dan Regresi Linier	151
Lampiran 7.1. Koefisien-koefisien <i>Cross-Products</i> dan Regresi linier Iklim Organisasi	152
Lampiran 7.2. Koefisien-koefisien <i>Cross-Products</i> dan Regresi linier Komunikasi Organisasi	158
Lampiran 7.3. Koefisien-koefisien <i>Cross-Products</i> dan Regresi Linier Profil Kebutuhan	161
Lampiran 8. Tabel F dengan Tingkat Signifikansi 0.05	163

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Setiap organisasi baik yang profit (berorientasi mencari keuntungan) maupun yang nonprofit (tidak berorientasi mencari keuntungan), menghendaki organisasinya tumbuh dengan cepat, berjalan dengan lancar dan berkembang dengan baik. Organisasi yang merupakan sekumpulan orang yang mempunyai cita-cita yang sama, harus bersama-sama dengan anggotanya menciptakan suasana yang menyenangkan sehingga operasional organisasi bisa berjalan sesuai dengan yang direncanakan (Thoha, 2004).

Secara umum organisasi terdiri dari anggota organisasi, struktur organisasi, pedoman organisasi dan pekerjaan atau kegiatan organisasi. Sumber daya manusia sebagai anggota organisasi memiliki peran penting dalam keberlangsungan dan kesuksesan organisasi karena anggota organisasi yang akan bekerja menjalankan usaha atau program organisasi dalam rangka mencapai tujuan organisasi. Untuk itu diperlukan sumber daya manusia yang dapat bekerja secara optimal, dapat diandalkan dan memiliki loyalitas atau kesetiaan kepada organisasi.

Baik dalam organisasi profit maupun nonprofit, pelanggan maupun anggota organisasi yang loyal diperlukan untuk keberlangsungan usaha organisasi. Pelanggan atau anggota organisasi yang loyal merupakan aset yang berharga bagi perusahaan ataupun organisasi non-profit karena mereka melakukan

pembelian ulang secara teratur, membeli selain produk atau jasa utama yang ditawarkan, mereferensikan pada orang lain dan tidak mudah terpengaruh dari produk sejenis yang ditawarkan pesaing (Griffin, 2005).

Untuk mendapatkan loyalitas pelanggan maupun loyalitas anggota organisasi, organisasi harus bisa menciptakan iklim organisasi yang baik dan menyenangkan. Iklim tidak dapat dilihat dan disentuh, tapi iklim ada dan dapat dirasakan. Iklim dipengaruhi oleh hampir semua hal yang terjadi dalam suatu organisasi. Jika sebuah organisasi ingin berhasil dalam mewujudkan cita-cita dan tujuannya secara utuh dan sempurna, maka harus dapat menciptakan iklim organisasi yang membuat pelanggan maupun anggota organisasi bisa merasakan manfaat produk barang dan jasa yang ditawarkan berikut layanan yang membuat pelanggan maupun anggota organisasi betah dan tetap setia menggunakan produk organisasi tersebut.

Keterlibatan individu dalam sebuah organisasi tidak terlepas dari usahanya untuk memenuhi kebutuhannya, baik kebutuhan fisik maupun kebutuhan non fisik. Kebutuhan individu ini bermacam-macam jenisnya tapi semua sejalan dengan pencapaian tujuan-tujuan individu yang bersangkutan. Pemenuhan kebutuhan individu oleh sebuah organisasi akan membuat individu tersebut merasa senang serta membuatnya senantiasa bersama dengan organisasi itu dan menggunakan produk atau jasa organisasi tersebut. Kebersamaan dan penggunaan produk atau jasa secara terus menerus dapat menciptakan loyalitas atau kesetiaan seseorang pada organisasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Alavi, Hamid, Reza dan Ramazan Jahandari. 2005. The Organizational Climate Of
· Kerman Shahid Bahonar University. *Journal Public Personnel
Management*. Vol.34, No.3, 247-282.
- Azwar, Saifuddin. 2009. *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta:
Pustaka Pelajar.
- _____, Saifuddin. 2010. *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka
Pelajar.
- Boediono, A. dan Caster W. 2004. *Teori dan Aplikasi Statistika dan Probabilitas;
Sederhana, Lugas dan Mudah Dimengerti*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Bowditch, J. L., & Buono, A. F. 1997. *A Primer on Organizational Behavior*.
Fourth Edition. New York: John Willey & Sons.
- Cangara. Hafied. 1998. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo
Persada.
- Darsono, L.I. 2004. Loyalty & Disloyalty: Sebuah Pandangan Komprehensif
Dalam Analisa Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Kinerja*, Vol.8, No.2, 163-173.
- Davis, K., & Newstrom. 1994. *Perilaku Dalam Organisasi*. Jilid Satu. Jakarta:
Penerbit Erlangga.
- Davis, Keith & Newstrom, John W, 1996, *Human Behavior at Work :
Organizational Behavior*, Illinois : Mc Graw Hill Inc.
- Dharmmesta, Basu S. 1999. Loyalitas Pelanggan: Sebuah Kajian Konseptual
Sebagai Panduan Bagi Peneliti. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, Vol
14, No.3, 73-88.
- Effendi, Onong Uchyana , 2002, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Bandung:
PT. Remaja Rosdakarya
- Engel, J.F. Blackwell, R.D. & P.W.Miniard. 1995. *Perilaku Konsumen*. Jilid II.
Jakarta: Binarupa Aksara.

- Farindra, R.L., Noermijati, & Zain, D. 2009. Analisis Variabel Kepemimpinan, Iklim Organisasi, Komunikasi dan Budaya Nasional yang Mempengaruhi Kinerja Karyawan (Studi Pada Pemerintah Kabupaten Muara Enim, Sumatera Selatan). *Jurnal Wacana*, Vol.12, No.2, 271-282.
- French, W. 1994. *Human Resources Management*. Boston: Houghton Mifflin Company.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gibson, James L. 2003. *Organisasi : Perilaku, Struktur, dan Proses*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Gibson, James L., Ivancevich, John M., Donnelly, James H. & Konopaske, Robert. 2006. *Organizations: Behavior, Structure, Process*. Singapore: McGraw Hill.
- Griffin, Jill. 2005. *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Hadi, Sutrisno. 2005. Aplikasi Ilmu Statistika di Fakultas Psikologi. *Anima Indonesian Psychological Journal*, Vol.20, No.3, 203-229.
- Handoko, T. Hani. 2000. *Manajemen Personalialia dan Sumber Daya Manusia*. Edisi Kedua. Yogyakarta: BPFE.
- Harini, Agustina, 2002. Analisis Hubungan Antara Komitmen Karyawan Dengan Iklim Organisasi dan Performansi Kerja Karyawan. *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*, Vo.2, 24-33.
- Hasibuan, Malayu, S.P. 2003. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hersey, Paul and Blanchard, Kenneth, 1995, *Managemen Perilaku Organisasi : Pendaayagunaan Sumber Daya Manusia*, alih bahasa Dharma, Agus, Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Hurriyati, Ratih. 2010. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung : CV.Alfabeta.

- Idrus, Muhammad. 2009. *Metode Penelitian Ilmu Sosial Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Edisi Kedua. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Indriantoro dan Supomo. 1999. *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*. Edisi Pertama. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Ivancevich, John M., Konopaske, Robert, & Matteson, Michael T. 2007. *Perilaku dan Manajemen Organisasi*. Jilid 1. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- _____, Michael T. 2007. *Perilaku dan Manajemen Organisasi*. Jilid 2. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Kartajaya, Hermawan. 2007. *Boosting Loyalty Marketing Performance*. Bandung : PT.Mizan Pustaka.
- Klob, D.A., Rubin, D.M., & McIntyre. 1984. *Organizational Psychology: An Experiential Approach to Organizational Behavior*. Fourth Edition. New Jersey: Prentice Hall.
- Kreitner, R. and Kinicki, A. 2004. *Organizational Behavior*. Fifth Edition. New York: McGraw Hill.
- Kreitner, Robert. 2005. *Organizational Behavior*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lovelock, Christopher H & Wright, Lauren K. 2005. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: PT.Indeks.
- Litwin, George H and Stinger, Robert A, Jr, 1981, *Motivation & Organizational Climate*, Boston, USA: The President & Fellow of Harvard College.
- Lubis, Zulkarnain. 2010. *Penggunaan Statistika Dalam Penelitian Sosial*. Medan: Perdana Publishing.
- Luthans, Fred. 1998. *Organizational Behaviour*. 8th Ed. Boston : McGraw Hill.
- _____, Fred. 2006. *Perilaku Organisasi*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Mardalis, Ahmad. 2005. Meraih Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol.9, 111-119.
- Miner, John B. 1992. *Industrial Organizational Psychology*. Singapore: McGraw Hill.
- Morgan, C.T. 1986. *Psychology*. Seventh Edition. New York: McGraw Hill.

- Muhammad, Arni. 2009. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Munandar, Ashar S. 2001. *Psikologi Industri dan Organisasi*. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia (UI-Press).
- Oliver, Richard L. 1999. Whence Consumer Loyalty. *Journal of Marketing*, Vol.63, 33-44.
- Pace, R.Wayne & Don F.Faules. 2000. *Komunikasi Organisasi : Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2007. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya.
- _____, Jalaluddin. 2005. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya.
- Roberts, Keith, Sajeev Varki, and Rod Brodie. 2003. Measuring the quality of relationships in consumer services: an empirical study. *European Journal of Marketing*. 37 (1), 169-196.
- Robins, Stephen P. 2003, *Perilaku Organisasi*. Jilid satu. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- _____, Stephen P. 2003, *Perilaku Organisasi*. Jilid dua. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- _____, Stephen P. 1996. *Perilaku Organisasi: Konsep, Kontroversi, Aplikasi*. Jilid I. Jakarta: Prenhallindo.
- Ronald Adler dan George Rodman, 1997. *Understanding Human Communication*. New York: Harcourt Brace College Publishers.
- Santoso, Singgih. 2000. *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- _____, Singgih. 2012. *Aplikasi SPSS pada Statistik Parametrik*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Sarwono, Jonathan. 2009. *Statistik Itu Mudah. Panduan Lengkap Untuk Belajar Komputasi Statistik Menggunakan SPSS 16*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

- Schneider, B. 1990. *Organizational Climate and Culture*. San Fransisco: Jossey Bass.
- Schuster, F.K., Morden, D.L., Baker, T.E., & McKay, I.S. 1997. Management Practice, Organizational Climate, and Performance: An Exploratory Study. *Journal of Applied Behavioral Science*, 33(2), 209-226.
- Semuel, H. 2003. Pengaruh Kebutuhan Terhadap Motif Penggunaan Kartu Debet Bank Central Asia (BCA) di Kalangan Mahasiswa Aktif Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Petra Surabaya. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol.5, No.2, 132-154.
- Sendjaja, D., Rahardjo T., dan T.Pradekso. 1994. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Steers, Richard M. 1985. *Perilaku Organisasi*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Stefanus, T., Saputra, S., & Susanto E.M. 2010. Analisis Pemasaran dan Loyalitas Karyawan Bagian Pemasaran PT.Palma Abadi Sentosa di Palangka Raya. *Jurnal Mitra Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, Vol.1, No.2, 176-193.
- Stringer, R.2002. *Leadership and Organizational Climate*. New Jersey: Prentice Hall.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: CV.Afabeta.
- Sumarsono, Sonny H.M. 2004. *Metode Riset Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Team, Educational Development and Training. 2011. *Club Leadership Handbook*. California: Toastmasters International.
- _____, Educational Development and Training. 2011. *Distinguished Club Program and Club Success Plan*. California: Toastmasters International.
- Thoha, Miftah. 2004. *Prilaku Organisasi (Konsep Dasar dan Aplikasinya)*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.

Tubbs, Stewart L. dan Sylvia Moss. 2005. *Human Communication*. Bandung PT.Remaja Rosdakarya.

Wexley, Kenneth N and Yukl, Yery A. 1987. *Organizational Behavior & Personnel Psychology*. Illinois: Richard D.Irwin Inc.

Winardi, J. 2004. *Manajemen Prilaku Organisasi*. Edisi Revisi. Jakarta: Penerbit Prenada.

Zdanuk, Bodena & Levine, J. M.. 2001. Group Loyalty: Impact of Members' Identification and Contributions. *Journal of Experimental Social Psychology*, Vol.37, 502-509.

http://reports.toastmasters.org/reports_new/DistinguishedDetailReport.cfm?secondTime=1&d=87&thisYear=2011-2012&thisMonth=10&thisDate=2011-11-06+00%3A00%3A00.0&btnSubmitGo=+Go+, diakses tanggal 2 Januari 2012.

http://reports.toastmasters.org/reports_new/DistinguishedDetailReport.cfm?secondTime=1&d=87&thisYear=2010-2011&thisMonth=10&thisDate=2010-11-05+00%3A00%3A00.0&btnSubmitGo=+Go+, diakses tanggal 2 Januari 2012.

http://reports.toastmasters.org/reports_new/DistinguishedDetailReport.cfm?secondTime=1&d=51&thisYear=2009-2010&thisMonth=10&thisDate=2009-11-06+00%3A00%3A00.0&btnSubmitGo=+Go+, diakses tanggal 2 Januari 2012.

http://reports.toastmasters.org/reports_new/DistinguishedDetailReport.cfm?secondTime=1&d=51&thisYear=2008-2009&thisMonth=10&thisDate=2008-11-05+00%3A00%3A00.0&btnSubmitGo=+Go+, diakses tanggal 2 Januari 2012.

http://reports.toastmasters.org/reports_new/DistinguishedDetailReport.cfm?secondTime=1&d=51&thisYear=2007-2008&thisMonth=10&thisDate=2007-11-09+00%3A00%3A00.0&btnSubmitGo=+Go+, diakses tanggal 2 Januari 2012.

http://reports.toastmasters.org/reports_new/DistinguishedClubReport.cfm?secondTime=1&d=87&thisYear=2011-2012&thisMonth=10&thisDate=2011-11-06+00%3A00%3A00.0&btnSubmitGo=+Go+, diakses tanggal 2 Januari 2012.

http://reports.toastmasters.org/reports_new/DistinguishedClubReport.cfm?secondTime=1&d=87&thisYear=2010-2011&thisMonth=10&thisDate=2010-11-05+00%3A00%3A00.0&btnSubmitGo=+Go+, diakses tanggal 2 Januari 2012.

http://reports.toastmasters.org/reports_new/DistinguishedClubReport.cfm?secondTime=1&d=51&thisYear=2009-2010&thisMonth=10&thisDate=2009-11-06+00%3A00%3A00.0&btnSubmitGo=+Go+, diakses tanggal 2 Januari 2012.

http://reports.toastmasters.org/reports_new/DistinguishedClubReport.cfm?secondTime=1&d=51&thisYear=2008-2009&thisMonth=10&thisDate=2008-11-05+00%3A00%3A00.0&btnSubmitGo=+Go+, diakses tanggal 2 Januari 2012.

http://reports.toastmasters.org/reports_new/DistinguishedClubReport.cfm?secondTime=1&d=51&thisYear=2007-2008&thisMonth=10&thisDate=2007-11-09+00%3A00%3A00.0&btnSubmitGo=+Go+, diakses tanggal 2 Januari 2012.

<http://widhiarso.staff.ugm.ac.id/files/Mencari%20Sumbangan%20Efektif%20Aspek%20Variabel.html>, diakses tanggal 18 April 2012

<http://www.toastmasters.org/Members/MembersFunctionalCategories/AboutTlMissionVisionandValues.aspx>, diakses tanggal 2 Januari 2012.

TABEL F pada signifikansi $\alpha = 0.05$

df2 \ df1	1	2	3	4
1	161.448	199.500	215.707	224.583
2	18.513	19.000	19.164	19.247
3	10.128	9.552	9.227	9.117
4	7.709	6.944	6.591	6.388
5	6.608	5.786	5.409	5.192
6	5.987	5.143	4.757	4.534
7	5.591	4.737	4.347	4.120
8	5.318	4.459	4.066	3.838
9	5.117	4.256	3.863	3.633
10	4.965	4.103	3.708	3.478
11	4.844	3.982	3.587	3.357
12	4.755	3.259	3.490	3.260
13	4.667	3.806	3.411	3.179
14	4.600	3.739	3.344	3.112
15	4.543	3.682	3.287	3.056
16	4.494	3.634	3.239	3.007
17	4.451	3.592	3.197	2.965
18	4.414	3.555	3.160	2.928
19	4.381	3.522	3.127	2.895
20	4.351	3.493	3.908	2.866
21	4.325	3.467	3.072	2.840
22	4.301	3.443	3.049	2.817
23	4.279	3.422	3.028	2.796
24	4.260	3.403	3.009	2.776
25	4.242	3.385	2.991	2.759
26	4.225	3.369	2.975	2.743
27	4.210	3.354	2.960	2.728
28	4.196	3.340	2.947	2.714
29	4.183	3.328	2.934	2.701
30	4.171	3.316	2.922	2.690
40	4.085	3.232	2.839	2.606
50	4.034	3.188	2.790	2.557
55	4.016	3.165	2.772	2.539
56	4.013	3.161	2.769	2.536
57	4.009	3.158	2.766	2.534
58	4.004	3.155	2.763	2.531
59	4.001	3.152	2.761	2.528
60	4.000	3.150	2.758	2.525

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

- N a m a** : Boy Henry
- Tempat / Tgl.Lahir** : Medan / 18 Juni 1969
- A g a m a** : Islam
- Alamat Rumah** : Jalan Setiabudi Pasar II, Komp.TPI Blok D-20 Medan
- Alamat E-mail** : boy@deltafm.net atau boyhenry18@yahoo.com.sg
- Telepon/ Hp** : +62-61-8210440 / +62811654694
- Status Perkawinan** : Menikah
- Istri : Diana Hurriyani
- Anak : M.Audi
- Anak : M.Akbar Fadhil
- Pendidikan Formal** : Fakultas Teknik Jurusan Teknik Industri USU
- SMA Negeri 1 Medan
- SMP Methodist 1 Medan
- SD Methodist 1 Medan
- Riwayat Pekerjaan** : 2002-Saat ini General Manager Radio Delta 105.8 FM
- 2005-Saat ini General Manager Radio Prambors 97.5 FM
- 2006-Saat ini Instruktur John Robert Powers (JRP) Medan
- 2000-2001 Konsultan RRI Pro2 97.8 FM
- 1995-2000 Representative Officer RCTI di Medan
- 1987-1995 General Manager Radio Didranuansa 103 FM
- Riwayat Organisasi** : 2011-2015 Departemen DikLitBang PP.PRSSNI
- (Pengurus Pusat Persatuan Radio Siaran Swasta Nasional Indonesia)
- 2011-2012 President Phoenix Toastmasters Club Area H2
- Division H District 87
- 2010-2013 Sekretaris PERHUMAS (Perhimpunan Hubungan Masyarakat) Medan