

**PENGARUH BONUS DAN CITRA PERUSAHAAN
TERHADAP LOYALITAS MEMBER PADA
PERUSAHAAN PT MELIA SEHAT
SEJAHTERA**

SKRIPSI

**OLEH :
PITA SARI BR SEMBIRING
188320280**



**PROGRAM STUDI MANAGEMENT
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2022**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 12/12/22

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)12/12/22

**PENGARUH BONUS DAN CITRA PERUSAHAAN
TERHADAP LOYALITAS MEMBER PADA
PERUSAHAAN PT MELIA SEHAT
SEJAHTERA**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Medan Area

**OLEH :
PITA SARI BR SEMBIRING
188320280**

**PROGRAM STUDI MANAGEMENT
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2022**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 12/12/22

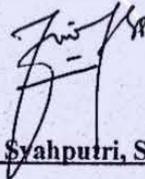
Access From (repository.uma.ac.id)12/12/22

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Bonus dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas member pada Perusahaan PT Melia Sehat Sejahtera.
Nama : Pita Sari Br Sembiring
Npm : 18.832.0280
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Disetujui Oleh :

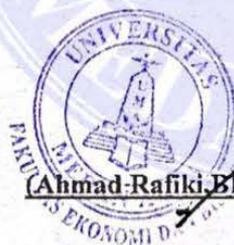
Komisi Pembimbing



(Yuni Syahputri, SE.M.Si)

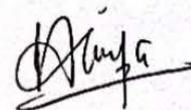
Pembimbing

Mengetahui :



(Ahmad Rafiki, BBA (Hons), MMgt, PhD, CIMA)

Dekan



(Nindya Yunita, S.Pd.M.Si)

Ka.Prodi Manajemen

Tanggal/Bulan/Tahun Lulus: 27/September/2022

HALAMAN PERNYATAAN ORIGINALITAS

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun dengan judul “Pengaruh Bonus dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas member pada Perusahaan PT Melia Sehat Sejahtera” sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah. Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 27 September 2022



Pita Sari Br Sembiring
18.832.0280

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS
AKHIR/SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai Sivitas Akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Pita Sari Br Sembiring
NPM : 18.832.0280
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jenis Karya : Tugas Akhir/Skripsi/Tesis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul "Pengaruh Bonus dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas member pada Perusahaan PT Melia Sehat Sejahtera", beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya .

Dibuat di : Medan

Pada tanggal : 27 September 2022

Yang menyatakan



Pita Sari Br Sembiring
18.832.0280

RIWAYAT HIDUP

Peneliti bernama Pita Sari Br Sembiring, lahir di Tuntungan pada tanggal 24 April 2000 dari Ayah Alm. Saksi Sembiring dan Ibu Mastalina Br Tarigan. Peneliti merupakan anak ke-3 dari 3 bersaudara.

Peneliti bersekolah di SD Negeri 106172 Tuntungan, SMP Negeri 2 Pancur Batu, SMA Swasta Rakyat Pancur Batu. pada tahun 2018, peneliti terdaftar sebagai Mahasiswi di Universitas Medan Area Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Jurusan Manajemen. Penulis juga aktif dalam dunia organisasi yaitu bergabung dalam Himpunan Mahasiswa Manajemen (HIMMEN) Universitas Medan Area dengan jabatan sebagai Bendahara periode 2021-2022. Penulis juga pernah menjalankan program magang di Badan Kepegawaian Daerah (BKD) Provinsi Sumatera Utara.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh bonus dan citra perusahaan terhadap loyalitas member pada perusahaan PT Melia Sehat Sejahtera di Sekretariat (*Basecamp*) Jalan Ayahanda Gang Baku No.3 Medan yang berjumlah 300 Orang. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 75 responden. Metode penelitian yang digunakan yaitu asosiatif. Pengumpulan data dilakukan melalui kuisisioner. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis model statistik yang terdiri dari uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, regresi linier berganda, uji T, uji F, dan koefisien determinasi (R^2) dengan menggunakan software SPSS 25.00 (*Statistic Product and Services Solution*) for windows. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara variabel independen yaitu bonus dan citra perusahaan terhadap variabel dependen yaitu loyalitas. Dari hasil pengujian secara parsial Uji T menunjukkan variabel bonus diperoleh nilai $t_{hitung} (2,287) > t_{tabel} (1,666)$ dengan tingkat signifikansi $0,025 < 0,05$, membuktikan bahwa bonus berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas. Dan variabel citra perusahaan diperoleh nilai $t_{hitung} (8,233) > t_{tabel} (1,666)$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, membuktikan citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas. Uji F simultan ditunjukkan pada nilai F_{hitung} sebesar $37,319 > 3,12 (F_{tabel})$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa secara simultan variabel bonus dan citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas. Dari hasil pembahasan regresi linier berganda $Y = 5,000 + 0,345X_1 + 0,882X_2$, dapat disimpulkan bahwa bonus dan citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas member pada perusahaan PT Melia Sehat Sejahtera. Koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,509 artinya loyalitas dapat dijelaskan oleh bonus dan citra perusahaan sebesar 50,9% sedangkan 49,1% lagi dapat dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Bonus, Citra Perusahaan, Loyalitas.

ABSTRACT

This study aims to determine the extent of the influence of bonuses and company image on the loyalty member. The population in this study were member at the company PT Melia Sehat Sejahtera at the secretariat (basecamp) street Ayahanda Gang Baku No.3 Medan totaling 300 members. This study used a sample of 75 respondents. The research method used is associative. Data collection is carried out through questionnaires. Hypothesis tasting in this study uses statistical model analysis consisting of validity tests, reliability tests, normality test, multicollinearity test, heteroscedastucity test, multiple linear regression, T test. F test and Coefficient of determination. (R^2) using SPSS 25.00 (Statistical Product and Service Solution) software for windows. The result showed that there was a relationship between the independent variables, namely bonuses and company image with the dependent variable, namely loyalty. From the partial test results, the T test shows the bonuses variable, the value of t_{count} (2,287) $>$ t_{table} (1.666) with a significance level of $0.025 < 0.05$, proving that bonuses has a positive and significant effect on loyalty. And the variable company image obtained the value of t_{count} (8,223) t_{table} (1.666) with a significance level of $0.000 < 0.05$, proving that company image has a positive and significant effect on loyalty. Simultaneous F-test is shown at the F_{count} of 37,319 $>$ 3.12 F_{table} with a significance level of $0.000 < 0.05$ so it can be concluded that simultaneously the variables of bonuses and company image have a positive and significant effect on loyalty. From the results of the discussion of multiple linear regression $Y = 5,000 + 0.345X_1 + 0.882X_2$, it can be concluded that bonuses and company image have a positive and significant effect on loyalty member at the company PT Melia Sehat Sejahtera. The coefficient of determination (R square) of 0.509 means that loyalty can be explained by bonuses and company image by 50,9%, while another 49,1% can be explained by factors not examined in this research.

Keywords : Bonuses, Company Image, Loyalty.

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas penyertaan, berkat dan kasih karunia-nya yang telah menjadi sumber segalanya bagi penulis sehingga penulis mendapat kelancaran dan menyusun skripsi dengan jujur, baik dan benar. Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi tugas akhir dan salah satu syarat kelulusan bagi mahasiswa untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Jurusan Manajemen di Universitas Medan Area. Judul yang diangkat penulis dalam penelitian ini adalah **“Pengaruh Bonus dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Member Pada Perusahaan PT Melia Sehat Sejahtera”**

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa banyak hambatan serta rintangan yang penulis hadapi namun pada akhirnya dapat melaluinya berkat adanya bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak baik secara moral maupun spiritual. Pada kesempatan ini, peneliti mengucapkan terima kasih banyak kepada Alm Bapak Saksi Sembiring selaku Ayahanda peneliti, Ibu Mastalina Br Tarigan selaku Ibunda peneliti dan Yenny Novita Sari Br Sembiring, Desi Ratna Sari Br Sembiring selaku kakak peneliti yang senantiasa menjadi penyemangat, memberikan doa, kepercayaan dan dukungan kepada peneliti.

Selanjutnya penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat :

1. Bapak Prof. Dadan Ramadan, M.Eng M.sc selaku rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak Ahmad Rafiki BBA (Hons), MMgt, Ph.D, CIMA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area

3. Ibu Sari Nuzulinna R, SE, Ak, M.Acc selaku Wakil Dekan Bidang Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
4. Ibu Wan Rizca Amelia SE,M.Si Selaku Wakil Dekan Bidang SDM dari Administrasi Keuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
5. Ibu Dr. Wan Suryani, SE, M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
6. Ibu Rana Fathinah, SE, M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Kerjasama dan Sistem Informasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
7. Ibu Nindya Yunita S.Pd, M.Si Selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Medan Area.
8. Ibu Muthya Rahmi Darmansyah, SE, M. Sc selaku Sekretaris Program Studi Manajemen.
9. Ibu Yuni Syahputri SE, M.Si selaku dosen Pembimbing saya yang telah membantu dan memberikan dukungan, serta motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Ibu Dr. Adelina Lubis, SE,M.Si selaku dosen Pembimbing saya yang telah memberi masukan-masukan dalam penyelesaian revisi skripsi penulis.
11. Ibu Riza Fanny Meutia, SE,MM selaku Dosen Sekretaris yang telah memberikan saran dan masukan dalam menyelesaikan skripsi.
12. Seluruh Dosen Universitas Medan Area yang selama memberikan penulis Ilmu Pengetahuan.
13. Seluruh Karyawan/i Universitas Medan Area yang telah mempermudah dalam melakukan pengurusan administrasi Universitas Medan Area.

14. Seluruh Jajaran Team Leader dan Member PT melia Sehat Sejahtera cabang Medan yang telah memberikan pembelajaran dan semangat untuk menjalankan bisnis diusia muda.

15. Teman-teman tercinta saya Leader Gio Swandy Siagiaan, Bang Ns, Lidwina Monica, Erika Marsela Keliat, Jennie Clarissa, Saleha, Lidya, Ferryna Fiki Teranova, Mitra Sari, Gita Anggraini, Ema Uli, Indah Yolanda, Ajeng Retno, Putri Ramadani Syahdar.

16. Seluruh teman-teman Manajemen di Bilingual Class

17. Seluruh teman-teman di Organisasi HIMMEN yang selalu menyemangatin dan mendoakan saya.

Peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh sebab itu peneliti mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak, walaupun demikian peneliti berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca, Terima kasih.

Medan, 26 September 2022

Pita Sari Br Sembiring
NPM: 188320280

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	
HALAMAN PERNYATAAN ORIGINALITAS	
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS	
RIWAYAT HIDUP	
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Loyalitas.....	8
2.1.1 Pengertian Loyalitas.....	8
2.1.2 Karakteristik Loyalitas.....	9
2.1.3 Faktor Penentu Loyalitas	10
2.1.4 Indikator Loyalitas	10
2.2 Bonus	11
2.2.1 Pengertian Bonus	11
2.2.2 Faktor-Faktor Penentu Bonus	12
2.2.3 Indikator Bonus.....	12
2.3 Citra Perusahaan	13
2.3.1 Pengertian Citra Perusahaan	13
2.3.2 Faktor-Faktor Penentu Citra Perusahaan	13
2.3.3 Indikator Pembentuk Citra Perusahaan.....	14
2.4 Penelitian Terdahulu	16
2.5 Kerangka Konseptual.....	19
2.6 Hipotesis	20
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	21
3.1 Jenis, Lokasi, dan Waktu Penelitian	21
3.1.1 Jenis Penelitian.....	21
3.1.2 Lokasi Penelitian.....	21
3.1.3 Waktu Penelitian	21
3.2 Populasi dan Sampel	22
3.2.1 Populasi.....	22
3.2.2 Sampel.....	22

3.3 Operasional Variabel.....	23
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	24
3.4.1 Jenis Data.....	24
3.4.2 Sumber Data.....	25
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	25
3.6 Teknik Analisis Data.....	26
3.6.1 Uji Validitas.....	26
3.7 Uji Asumsi Klasik.....	26
3.7.1 Uji Reliabilitas.....	26
a. Uji Normalitas.....	27
b. Uji Multikolinieritas.....	27
c. Uji Heteroskedastisitas.....	28
3.8 Uji Statistik.....	28
3.8.1 Analisis Regresi Linear berganda.....	28
3.9 Uji Hipotesis.....	29
a. Uji t.....	29
b. Uji F.....	29
3.10 Koefisien determinasi (R^2).....	29
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	30
4.1. Deskripsi Objek Penelitian.....	30
4.1.1. Sejarah Singkat PT Melia Sehat Sejahtera.....	30
4.1.2. Profil PT Melia Sehat Sejahtera.....	31
4.2. Visi dan Misi Perusahaan PT Melia Sehat Sejahtera.....	33
4.2.1. Visi perusahaan.....	33
4.2.2. Misi perusahaan.....	33
4.3. Karakteristik Responden.....	34
4.4. Tanggapan Responden.....	36
4.4.1 Penyajian Data Variabel Bebas X1 (Bonus).....	36
4.4.2 Penyajian Data Variabel Bebas X2 (Citra Perusahaan).....	38
4.4.3 Penyajian Data Variabel Terikat Y (Loyalitas).....	40
4.5. Hasil Penelitian.....	43
4.5.1. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	43
4.5.1.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Secara Parsial.....	43
4.5.1.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Secara Simultan.....	46
4.5.2. Uji Asumsi Klasik.....	48
4.5.2.1 Uji Normalitas.....	48
4.5.2.2 Uji Multikolinearitas.....	51
4.5.2.3 Uji Heteroskedastitas.....	52
4.5.3. Uji Statistik.....	53
4.5.3.1 Analisis Regresi Linear Berganda.....	53
4.5.4. Uji Hipotesis.....	54
4.5.4.1. Pengujian Secara Simultan (Uji F).....	54
4.5.4.2. Pengujian Secara Parsial (Uji t).....	55
4.5.5. Koefisien Determinasi (R^2).....	56
4.6. Pembahasan.....	56
4.6.1. Pengaruh Bonus Terhadap Loyalitas Member Pada Perusahaan PT Melia Sehat Sejahtera.....	56

4.6.2. Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Member Pada Perusahaan PT Melia Sehat Sejahtera	57
4.6.3. Pengaruh Bonus dan Citra Perusahaan Terhadap Terhadap Loyalitas Member Pada Perusahaan PT Melia Sehat Sejahtera ...	58
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	59
5.1 Kesimpulan	59
5.2 Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN	64



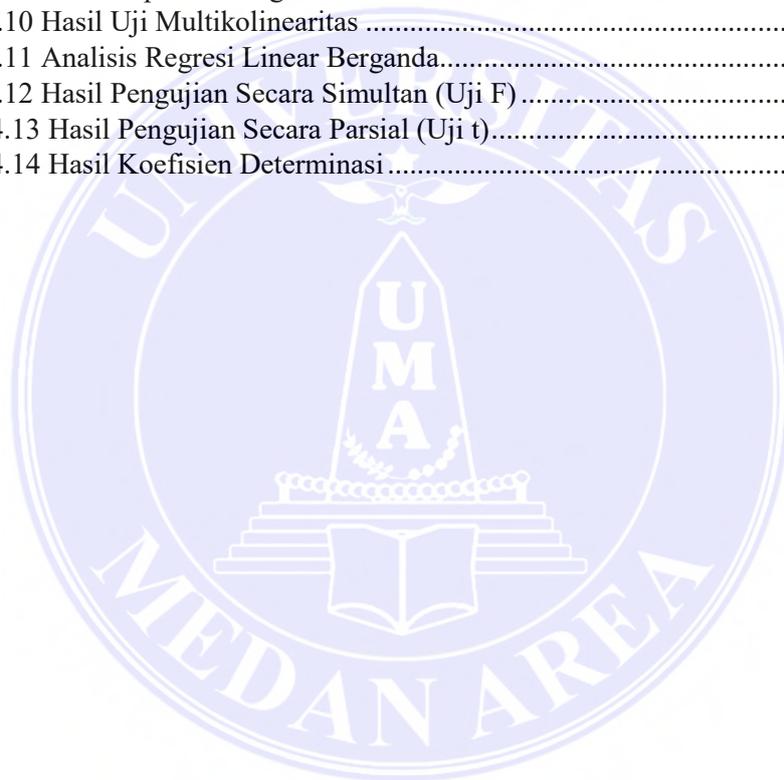
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Paketan Bonus Gold member PT Melia Sehat Sejahtera	5
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	19
Gambar 4.1 Kurva Normal	49
Gambar 4.2 Plot Probabilitas Normal	50
Gambar 4.3 Scatterplot Uji Heteroskedastisitas	52



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu	16
Tabel 3.1 Rencana Waktu Penelitian	21
Tabel 3.2 Operasional variabel	23
Tabel 4.1 Penyajian Data Variabel Bebas X1 (Bonus)	36
Tabel 4.2 Penyajian Data Variabel Bebas X2 (Citra Perusahaan)	38
Tabel 4.3 Penyajian Data Variabel Terikat Y (Loyalitas)	40
Tabel 4.4 Uji Validitas	43
Tabel 4.5 Uji Realibilitas	43
Tabel 4.6 Uji Validitas Secara Simultan	47
Tabel 4.7 Uji Reabilitas Secara Simultan	47
Tabel 4.8 Uji Validitas Dan Reabilitas	47
Tabel 4.9 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	51
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinearitas	51
Tabel 4.11 Analisis Regresi Linear Berganda	53
Tabel 4.12 Hasil Pengujian Secara Simultan (Uji F)	54
Tabel 4.13 Hasil Pengujian Secara Parsial (Uji t)	55
Tabel 4.14 Hasil Koefisien Determinasi	56



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Kuesioner Penelitian	65
LAMPIRAN 2 Tabulasi Data Penelitian	68
LAMPIRAN 3 Uji Statistika	71



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Setiap hari kita dihadapkan dengan polusi, radiasi, jutaan virus, bakteri, jamur, serta racun lainnya yang siap menyerang kita dan menimbulkan beragam – ragam penyakit. Menjaga kekebalan tubuh merupakan suatu pertahanan terbaik. Sistem kekebalan tubuh merupakan suatu sistem yang terdiri dari sel-sel darah dan kelenjar yang kompleks, untuk melindungi tubuh dari serangan berbagai faktor penyakit seperti yang tertera diatas yang dengan nyamannya tinggal dan berkembang biak di dalam tubuh. Sering kali kita sangat menyepelekan faktor-faktor penyakit tersebut dan baru menyadari setelah kita terserang penyakit, dan kadang tindakan pengobatan sudah sangat terlambat.

Salah satu cara untuk memperoleh kesehatan adalah melalui makanan yang bernutrisi, diantaranya mengkonsumsi Melia Propolis dan Melia Biyang dari PT Melia Sehat Sejahtera adalah salah satu makanan yang bernutrisi tinggi untuk menjaga kesehatan dan juga bisa untuk mengobati segala macam penyakit yang disebabkan oleh virus, bakteri dan jamur. Merek Melia Propolis merupakan air liur lebah yang dikumpulkan oleh lebah dari tumbuh - tumbuhan atau pucuk muda dan kulit pohon terutama pohon poplar serta dicampur dengan air liurnya yang digunakan untuk menambal lubang dalam sarang lebah yang melindungi lebah dari berbagai serangan bakteri, jamur, dan virus.

Proses Melia Propolis, lebah dipelihara didalam kotak (sarang) lalu dikikis. propolis lebah menggunakan alat khas atau kertas khusus dan dipanaskan sehingga 60 - 70°c untuk mencairkannya lalu menyaringkan lilin lebah dan

kotoran lain sebelum menjadi '*water base*'. Melia Propolis dari Brazil yang memiliki sumber '*flavonoid*' paling kaya di dunia. Propolis mengandung protein (16 jenis asam amino bebas), 14 trace mineral terutama zat besi dan seng, vitamin A, B kompleks, C, D, E, biotin, bioflavonoid, glukosa dan zat-zat nutrisi penting lainnya. Perilaku hidup dan pola makan yang tidak sehat serta pencemaran lingkungan semakin meningkat membawa dampak yang akan mempercepat memburuknya sel-sel tubuh. Oleh karena itu melia propolis adalah salah satu pilihan solusi yang tepat.

Produk yang ke dua adalah Melia Biyang, Melia Biyang merupakan ramuan alami yang berkhasiat untuk merangsang kelenjar pituitari agar kembali mengeluarkan hormon pertumbuhan manusia (HGH) yang dibutuhkan proses pertumbuhan sel sehingga akan memperlambat penuaan dan mencegah timbulnya penyakit. Pola dan gaya hidup kita yang tidak sehat semakin mempercepat proses penuaan (semakin cepatnya berkurang HGH) studi yang diterbitkan memperlihatkan bahwa penambahan jumlah HGH dapat membalikan dan memperlambat proses penuaan. Melia Biyang mengandung kolostrum (susu awal), asam amino yang mengandung *myotropin* dan *omitropin* serta vitamin dan juga kalsium. Melia Biyang berfungsi merangsang kelenjar *pituitary* untuk menghasilkan atau memproduksi hormon pertumbuhan manusia yang dibutuhkan untuk mempertahankan proses pertumbuhan sel-sel sehingga dapat memperlambat proses penuaan serta meningkatkan daya ingat dan juga mencegah timbulnya berbagai macam penyakit.

PT Melia Sehat Sejahtera dari awal berdiri tahun 2003 sampai saat ini bergerak dibidang Multilevel Marketing (MLM) yang sudah mempunyai surat

perijinan yang lengkap diantaranya SIUPL (surat izin usaha penjualan langsung), BPOM (Badan pemeriksa obat dan makanan) IJIL Halal dari Malaysia dan timur tengah dan Indonesia sendiri MUI.

Dalam meningkatkan loyalitas member, suatu perusahaan bisa melakukan banyak hal. Salah satu cara ini adalah dengan memberikan bonus. Bonus adalah kompensasi tambahan yang diberikan kepada member atas pekerjaannya yang baik dan menguntungkan perusahaan. Bonus bisa digunakan sebagai penghargaan terhadap pencapaian tujuan-tujuan spesifik yang ditetapkan oleh perusahaan atau untuk dedikasinya kepada perusahaan. Pemberian bonus ini juga termasuk bentuk usaha perusahaan dalam meningkatkan kesejahteraan setiap member atas pekerjaan yang dilakukan. Walau sifatnya tidak wajib bagi setiap perusahaan, namun cara ini bisa menjadi inovasi perusahaan dalam meningkatkan loyalitas. Selain itu, cara ini juga dapat mendatangkan kandidat-kandidat yang berkualitas karena ketertarikannya untuk bekerja di perusahaan sehingga membuat seorang menjadi loyal terhadap perusahaan sehingga meningkatkan nama baik atau citra perusahaan yang semakin baik dikalangan banyak orang.

Citra perusahaan merupakan salah satu aset terpenting yang selayaknya harus terus menerus dibangun dan dipelihara. Citra yang baik merupakan perangkat kuat, bukan hanya untuk menarik konsumen dalam memilih produk atau perusahaan melainkan juga dapat memperbaiki sikap dan kepuasan pelanggan terhadap perusahaan. Terbentuknya citra perusahaan pada benak konsumen ketika seorang konsumen memperhatikan informasi mengenai perusahaan atau korporasi dan bagaimana pengalamannya atas penggunaan produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Ketika konsumen mempunyai pengalaman yang baik atas

penggunaan berbagai produk yang dihasilkan oleh sebuah perusahaan, maka konsumen akan mempunyai citra positif atas perusahaan tersebut dan pada saat itulah terbentuk apa yang disebut Citra Perusahaan.

PT Melia Sehat Sejahtera memberlakukan sistem pemberian bonus kepada setiap member. PT Melia Sehat Sejahtera memasarkan produknya menjadi 3 bagian, yaitu unit 1, unit 3 dan unit 7. Dalam unit 1 total biayanya sebesar Rp 635.000 dimana harga produknya sebesar Rp 550.000, pendaftarannya sebesar Rp 30.000 dan Ppn sebesar Rp 55.000. dalam unit 3 total biayanya sebesar Rp 1.845.000 harga produk sebesar Rp 1.650.000, pendaftaran sebesar Rp 30.000 dan Ppn sebesar Rp 165.000. dalam unit 7 total biayanya sebesar Rp 4.265.000, harga produk sebesar Rp 3.850.000 pendaftaran sebesar Rp 30.000, dan Ppn sebesar Rp 385.000. system pembayaran bonusnya yaitu harian, mingguan dan bulanan. apabila member mengajak member baru dalam 1 unit maka bonus yang didapat sebesar Rp 100.000 dalam unit 3 maka bonus yang didapat sebesar Rp 300.000 dan unit 7 maka bonus yang didapat sebesar Rp 700.000. jenis bonus yang diberikan yaitu bonus sponsor, bonus leadership, bonus retail, bonus group retail dan bonus unilevel.



PERHITUNGAN BONUS LEADERSHIP					BONUS SPONSOR	
KIRI	KANAN	KIRI PV	KANAN PV	NILAI BONUS	JUMLAH	NILAI BONUS
2 GOLD	2 GOLD	400	400	Rp 225.000	1 GOLD	Rp 175.000
4 GOLD	4 GOLD	800	800	Rp 460.000	3 GOLD	Rp 525.000
6 GOLD	6 GOLD	1200	1200	Rp 705.000	7 GOLD	Rp 1.225.000
8 GOLD	8 GOLD	1600	1600	Rp 960.000	15 GOLD	Rp 2.625.000
10 GOLD	10 GOLD	2000	2000	Rp 1.225.000	31 GOLD	Rp 5.425.000
FLUSH		DI ATAS 2000 PV		Rp 1.300.000	63 GOLD	Rp 11.025.000

Gambar 1.1 Paketan Bonus Gold Member PT Melia Sehat Sejahtera

Dari gambar 1.1 diatas dapat dilihat bahwa bonus bisa digolongkan sebagai passive income jangka pendek dan jangka menengah, sebab pada kenyataannya bonus ini datang tanpa anda bekerja langsung karena penambahan unit-unit tersebut umumnya adalah hasil rekrutmen rekan-rekan yang telah dibina dibawah jaringan anda. Jadi, bisa diartikan bahwa bonus ini adalah penghargaan atas jerih payah kepemimpinan anda dalam membina dua group kanan dan kiri anda.

Berdasarkan hasil pengamatan prasurvey yang dilakukan oleh peneliti, terdapat beberapa masalah yang dihadapi oleh member dalam menjalankan bisnis Multi Level Marketing tersebut yaitu member kesulitan dalam mencari rekan kerja untuk bergabung dibinaan jaringan kiri dan kanan, member yang baru bergabung tidak sabar akan proses pencairan bonus yang didapatkan apabila sudah memiliki jaringan, member berfikir bahwa citra perusahaan PT Melia Sehat Sejahtera ini sudah buruk dimata masyarakat awam karena banyaknya isu tentang bisnis MLM, member berhenti karena menganggap bahwa bisnis MLM ini seperti hanya menguntungkan orang yang pertama kali bergabung sebelumnya.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik dan termotivasi untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Bonus dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas member pada Perusahaan PT Melia Sehat Sejahtera”** .

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah Bonus berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas member pada Perusahaan PT Melia Sehat Sejahtera ?
2. Apakah Citra Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas member pada Perusahaan PT Melia Sehat Sejahtera ?
3. Apakah Bonus dan Citra Perusahaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas member pada Perusahaan PT Melia Sehat Sejahtera ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pengambilan latar belakang pada penelitian ini, maka peneliti dapat menyimpulkan tujuan dari Penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui pengaruh Bonus terhadap Loyalitas member pada Perusahaan PT Melia Sehat Sejahtera.
2. Untuk mengetahui pengaruh Citra Perusahaan terhadap Loyalitas member pada Perusahaan PT Melia Sehat Sejahtera.
3. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan antara bonus dan citra perusahaan terhadap Loyalitas member pada Perusahaan PT Melia Sehat Sejahtera.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi manfaat bagi beberapa pihak dalam melakukan penelitian selanjutnya:

1. Bagi Penulis, menambah wawasan peneliti dan pengaplikasian secara nyata teori yang diperoleh selama menempuh studi di Universitas Medan Area. dan sebagai masukan dalam menjalankan bisnis MLM (*Multi Level Marketing*) untuk masa yang akan datang .
2. Bagi Perusahaan, dapat menjadi bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan yang tepat dan akurat serta menambah informasi baru bagi perusahaan .
3. Bagi Akademisi, dapat bermanfaat untuk memberikan informasi berkaitan yang berkaitan dengan bonus, dan citra perusahaan terhadap loyalitas member .
4. Bagi Pihak lain, dapat menjadi bahan referensi bagi penelitian yang berkaitan dengan permasalahan yang telah penulis teliti .

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Loyalitas

2.1.1 Pengertian Loyalitas

Loyalitas adalah kesetiaan atau ke patuhan karyawan terhadap aturan atau kebijakan perusahaan. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas pekerja. Misalnya gaji, aturan, atasan atau leader, lingkungan, fasilitas, cuti dll. Kita akan membahas beberapa yang mempengaruhi loyalitas karyawan. Loyalitas bukan hanya untuk karyawan atau pekerja ada juga loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan adalah kesetiaan pelanggan untuk membeli produk kita dan mengkonsumsi terus menerus bahkan sampai ketergantungan.

Loyalitas dari perspektif perilaku Menurut Srivastava 2015, terjadi ketika pembelian ulang, pembelian ulang dapat memupuk adanya loyalitas pelanggan karena adanya perilaku dalam membeli produk atau jasa yang sama kembali atau secara berulang. Sedangkan perspektif sikap loyalitas menurut kim, dkk 2015 bahwa sikap loyal ditunjukkan melalui kemampuan untuk mempertahankan hubungan dengan penyedia layanan. Contohnya, pelanggan di suatu perusahaan kedai kopi X akan tetap membeli produk di kedai kopi X meskipun produk yang biasa dibeli saat itu sedang tidak tersedia.

Selanjutnya menurut Zeithaml, dkk 2013 bahwa loyalitas merupakan tujuan akhir dan keberhasilan perusahaan untuk menjalin hubungan relasi dengan pelanggan sehingga dapat dikatakan bahwa loyalitas merupakan perilaku seseorang untuk tetap terlibat dengan merek, dengan kata lain semakin puas pelanggan dengan perusahaan dan hubungan relasinya berjalan baik, maka

loyalitas yang terbentuk akan semakin kuat. Oleh karena itu, mempertahankan member yang loyal jauh lebih sulit dibandingkan memperoleh member baru.

Jika karyawan sudah menjadi bagian loyalitas mereka akan memahami semua kebijakan perusahaan misalkan aturan baru atau lembur. Karyawan tidak akan keberatan jika mereka sudah loyal dengan perusahaan. Sikap atau aturan yang dapat menjadikan karyawan berloyalitas. Jadi sebisa mungkin para atasan atau manager memanusiakan karyawannya agar mereka dapat loyal terhadap perusahaan. Ketika karyawan sudah loyal maka mereka akan bekerja dengan baik dan akan memaksimalkan kinerja mereka.

2.1.2 Karakteristik Loyalitas

- a. Pegawai yang loyal akan selalu taat pada peraturan suatu organisasi.
- b. Adanya rasa tanggung jawab yang tinggi di dalam diri pegawai terhadap perusahaan.
- c. Pegawai memiliki kemauan untuk bekerjasama dengan orang lain untuk mencapai tujuan perusahaan.
- d. Di dalam diri pegawai yang loyal umumnya terdapat rasa memiliki terhadap perusahaan sehingga bersikap dan bertindak secara berhati-hati dan bertanggung jawab.
- e. Karyawan loyal pada umumnya memiliki hubungan antar pribadi yang baik dengan karyawan lainnya dan juga dengan atasannya.
- f. Sikap loyal karyawan juga dapat terlihat dari kinerjanya dan tingkat ketertarikannya terhadap pekerjaan yang dilakukan.

2.1.3 Faktor Penentu Loyalitas

- a. Kesejahteraan (gaji dan fasilitas) karyawan merupakan hal yang sangat mempengaruhi loyalitas mereka pada suatu perusahaan.
- b. Pemenuhan kebutuhan rohani juga menjadi faktor penting dalam menjaga loyalitas para karyawan. Misalnya kegiatan kerohanian, kegiatan outbond bersama, dan lain-lain.
- c. Peningkatan karir dan penempatan karyawan pada posisi yang tepat seringkali membuat mereka lebih loyal kepada perusahaan.
- d. Mendengarkan pendapat dari para pegawai dapat membuat mereka merasa dihargai sehingga menjadi loyal terhadap perusahaan.
- e. Kesempatan berkarir dan rasa aman dalam bekerja juga sangat berpengaruh dalam membentuk loyalitas karyawan.

2.1.4 Indikator Loyalitas

Indikator loyalitas menurut Griffin (2010) adalah sebagai berikut :

- a. Melakukan pembelian ulang yang teratur, anggota member melakukan pembelian lebih dari satu kali secara terus menerus dalam waktu yang tak terhitung pada produk atau jasa tertentu.
- b. Membeli antar lini produk dan jasa anggota member membeli macam-macam produk atau jasa lainnya dalam satu perusahaan naungan.
- c. Mereferensikan kepada orang lain anggota member memberitahukan, mempromosikan dan mereferensikan produk yang dikonsumsi kepada kerabat, teman dan orang sekitar.

- d. Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing anggota member sudah tidak mau menggunakan produk lain, meskipun produk tersebut sudah mempromosikan dan membujuk secara terus menerus.

2.2 Bonus

2.2.1 Pengertian Bonus

Pengertian bonus menurut Simamora (2010) adalah “Pembayaran sekaligus yang diberikan karena memenuhi sasaran kinerja”, sedangkan menurut Sarwoto (2011), pengertian bonus adalah Uang dibayar sebagai balas atas hasil pekerjaan yang telah dilaksanakan apabila melebihi target, diberikan secara sekali terima tanpa sesuatu ikatan di masa yang akan datang, beberapa persen dari laba yang kemudian dibagikan kepada yang berhak menerima bonus.

Bonus merupakan penghargaan dalam bentuk uang yang diberikan kepada mereka yang dapat bekerja melampaui standar yang telah ditentukan oleh perusahaan. Selain itu, definisi lain menyatakan bahwa bonus adalah kompensasi tambahan yang diberikan kepada karyawan atas pekerjaannya yang baik dan menguntungkan perusahaan. Bonus bisa digunakan sebagai penghargaan terhadap pencapaian tujuan-tujuan spesifik yang ditetapkan oleh perusahaan, atau untuk dedikasinya kepada perusahaan. Bonus merupakan hal yang sangat wajar dalam sebuah pekerjaan. Pemberian bonus dimaksudkan perusahaan untuk meningkatkan kinerja pegawai dan diberikan dalam bentuk uang serta fasilitas lainnya untuk memenuhi kebutuhan setiap karyawannya. Dengan demikian bonus merupakan bentuk motivasi yang dinyatakan dalam bentuk uang.

2.2.2 Faktor-Faktor Penentu Bonus

Menurut Siagian (2006), terdapat tujuh faktor yang mempengaruhi penentu bonus yang akan diberikan kepada seseorang, diantaranya yaitu :

- a. Prestasi kerja yang memuaskan dari apa yang dipercayakan padanya
- b. Pengenalan oleh pihak lain
- c. Kesetiaan pada organisasi
- d. Pembimbing dan sponsor
- e. Dukungan para karyawan
- f. Kesempatan untuk bertumbuh, berhenti atas permintaan dan kemauan sendiri .

2.2.3 Indikator Bonus

Menurut Siagian (2006), beberapa indikator bonus antara lain sebagai berikut :

- a. Kinerja, besarnya bonus yang diberikan oleh lembaga langsung berkaitan dengan kinerja yang telah dilakukan oleh tenaga kerja.
- b. Lama kerja, besarnya bonus yang diberikan oleh lembaga berdasarkan lama atau tidaknya tenaga tenaga kerja mencapai standar yang telah ditetapkan lembaga atau organisasi.
- c. Senioritas, besarnya bonus yang diberikan oleh lembaga berdasarkan pada masa kerja tenaga kerja yang bersangkutan dalam suatu organisasi.
- d. Keadilan, besarnya bonus yang diberikan oleh lembaga berdasarkan pada besarnya pengorbanan (*input*) yang diberikan lembaga dengan (*output*) yang dihasilkan oleh tenaga kerja .

2.3 Citra Perusahaan

2.3.1 Pengertian Citra Perusahaan

Citra perusahaan merupakan persepsi dari suatu organisasi yang direkam di memori konsumen dan bekerja sebagai filter yang mempengaruhi persepsi terhadap perusahaan. Citra menunjukkan kesan suatu objek terhadap objek lain yang terbentuk dengan memproses informasi setiap waktu dari objek lain yang terbentuk dengan memproses informasi setiap waktu dari berbagai sumber terpercaya.

Citra perusahaan tidak dapat di buat hanya dalam semalam, sebaliknya citra perusahaan harus dibangun oleh perusahaan tersebut guna memberikan kesan dan persepsi positif bagi konsumen. Citra merupakan seperangkat keyakinan, ide, dan kesan yang dimiliki oleh seseorang terhadap suatu objek (Kotler & Keller, 2013).

Sedangkan menurut Gregory (2011), citra perusahaan merupakan kombinasi dampak terhadap observer dari semua komponen-komponen verbal maupun visual perusahaan baik yang direncanakan ataupun tidak atau dari pengaruh Elemen eksternal lainnya.

2.3.2 Faktor-Faktor Penentu Citra Perusahaan

Menurut Manjid (2009) terdapat dua faktor yang menentukan pembentukan citra perusahaan, antara lain :

a. Dari internal perusahaan, seperti kualitas SDM, budaya perusahaan, fasilitas dan peralatan kerja, pola dan gaya manajemen yang diterapkan, system dan informasi yang dipakai, kepemimpinan top management, jenis dan kualitas produk yang dihasilkan, target pasar yang dibidik, penjabaran visi dan misi

perusahaan, tingkat kesejahteraan karyawan, dan lain-lain yang munculnya dari kondisi internal perusahaan.

b. Dari eksternal perusahaan, seperti lingkungan dimana perusahaan tersebut beroperasi, kondisi budaya, ekonomi dan kelas masyarakat yang menjadi pelanggan, peraturan perundang-undangan yang ditetapkan oleh pemerintah setempat, kondisi persaingan antar perusahaan atau antar produk yang dihasilkan dan lain-lain yang munculnya dari luar perusahaan.

2.3.3 Indikator Pembentuk Citra Perusahaan

Citra perusahaan tidak dapat dibentuk dengan sendirinya, haruslah ada upaya-upaya yang dilakukan agar citra tersebut menjadi semakin baik. Citra perusahaan yang bersumber dari pengalaman memberikan gambaran telah menjadi keterlibatan antara konsumen dengan perusahaannya, upaya perusahaan sebagai sumber informasi yang lengkap dimaksudkan sebagai informasi yang dapat menjawab kebutuhan dan keinginan objek sasaran (Zaynuri,2010).

Menurut Kanaidi (2010), Cham Tat Huei (2009), Nurmiyati (2009). Adhi Rah Kusuma (2009) indikator pembentukan citra perusahaan mencakup :

a. *Impression*, sekumpulan kesan

Helmi (2005) dan Isman (2006) dalam Windi (2007) “Menetapkan indikator seperti kecepatan, keprofesionalan pelayan yang digunakan untuk mengukur kesan pada variabel citra perusahaan”. Demikian juga dalam Windi (2007) “Menyatakan bahwa interpretasi atas stimulus yang diterima konsumen didasarkan atas pengalaman masa lalu konsumen dalam pengalaman itu akan menimbulkan kesan jangka panjang dalam benak konsumen”. Solomon

(2007) “Menyatakan bahwa Atmospherics or design and layout bisa digunakan untuk mengukur kesan pada variabel citra perusahaan”.

b. *Beliefs*, Kepercayaan

Kepercayaan adalah pemikiran deskriptif yang dianut seseorang tentang suatu hal. Kotler dan Keller (2006) “Menyatakan bahwa kepercayaan konsumen terhadap suatu objek adalah jumlah total kepercayaan dan nilai-nilai keseluruhan yang relevan”. Kepercayaan lebih mudah diubah melalui usaha-usaha komunikasi pemasaran, sedangkan manfaat yang diinginkan sifatnya lebih melekat, lebih tahan lama, dan lebih berkaitan dengan nilai-nilai norma cultural. Morgan dan Hunt (1994) dalam Hasemak, Ove C dan Maslie Albinson (2004) “Menjelaskan bahwa kepercayaan timbul karena adanya rasa percaya kepada pihak lain yang memang memiliki kualitas yang dapat mengikat dirinya, seperti tindakan yang konsisten, jujur dengan janji-janji, adil, bertanggung jawab, suka membantu dan rendah diri”.

c. *Attitudes*, sikap

Sikap sebagai suatu konsep yang cukup sederhana, sebagaimana diperkenalkan oleh Solomon (2007) “affect adalah perasaan seseorang terhadap suatu objek, behavior (perilaku) adalah kecenderungan seseorang melakukan tindakan tertentu, sedangkan cognition adalah kepercayaan seseorang terhadap objek sikap. dalam Windi (2007) “bahwa salah satu dari indikator terdapat sikap yang artinya adalah kecenderungan bertindak, berpersepsi, berfikir dan merasa dalam menghadapi ide, objek, situasi dan nilai. Sikap bukan perilaku tetapi kecenderungan untuk berperilaku dan cara-cara tertentu”.

2.4 Penelitian Terdahulu

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Oryz Agnu Dian Wulandari ¹ , Fauzan Aufa Pradiva, Galang Abdul Aziz (2020)	Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Kegunaan Terhadap Kepuasan Dalam Membangun Loyalitas Pengguna Ovo	Penelitian ini menyimpulkan dengan hasil tersebut menunjukkan bahwa aplikasi OVO sudah banyak diterima oleh masyarakat luas dengan baik, selain itu dengan aplikasi OVO dapat mempermudah penggunaannya serta memberikan manfaat yang besar dalam melakukan transaksi pembayaran secara digital.
2	Rijalul Faqih Hadi, Abd. Kodir Djaelani, dan M. Khoirul Abs (2020)	Pengaruh Pemberian Tunjangan Dan Bonus Terhadap Loyalitas Kerja Karyawan Pada PT. Phalosari Unggul Jaya Jombang	Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa : a) Pemberian tunjangan dan bonus berpengaruh terhadap loyalitas kerja karyawan pada PT. Phalosari Unggul Jaya Jombang. b). Pemberian tunjangan berpengaruh terhadap loyalitas kerja karyawan pada PT. Phalosari Unggul Jaya Jombang. c). Bonus berpengaruh terhadap loyalitas kerja karyawan pada PT. Phalosari Unggul Jaya Jombang
3	Bambang dan Triyono Arief Wahyudi (2019)	Analisis pengaruh citra perusahaan dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan	Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa : pertama, dari keempat faktor, faktor-faktor tersebut secara keseluruhan berpengaruh signifikan terhadap <i>customer satisfication</i> . Kedua, <i>customer satisfication</i> berpengaruh secara signifikan dan memiliki dampak positif terhadap <i>customer loyalty</i> . Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik manajemen <i>Elephant Gypsum</i> maka semakin meningkat dan mempertahankan <i>customer satisfaction</i> tersebut.

No	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
4	Mada Saputra (2018)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Member D'Oksigen Clasik Fitnes di Kota Padang .	Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa Variabel Kualitas pelayanan dan Citra perusahaan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan member <i>D'Oksigen Classic Fitness</i> . Hal ini berarti Kualitas pelayanan dan citra perusahaan mempengaruhi minat member melanjutkan keanggotaannya untuk melakukan aktivitas olah raga di <i>D'Oksigen Classic Fitness</i> . Variabel Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan member. Kualitas Pelayanan yang diberikan oleh <i>D'Oksigen Classic Fitness</i> tergolong sangat baik sehingga member merasa puas dan terus melanjutkan keanggotaannya untuk melakukan aktivitas olahraga di <i>D'Oksigen Classic Fitness</i> . Citra perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan member <i>D'Oksigen Classic Fitness</i> . Member menganggap citra perusahaan <i>D'Oksigen Classic Fitness</i> . Bukan hal utama yang mendorong mereka untuk bergabung menjadi member dan melakukan olah raga di <i>D'Oksigen Classic Fitness</i> .
5	Ana Dwi Sektia Rahmayati (2018)	Kepercayaan Pelanggan dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan	Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa secara bersama-sama (simultan) variabel kepercayaan pelanggan (X1) dan Citra Perusahaan (X2) memiliki hubungan yang signifikan terhadap variabel Loyalitas Pelanggan (Y) artinya apabila kepercayaan pelanggan dan citra perusahaan baik, maka loyalitas pelanggan akan baik.
6	Roy Parto Purba	Pengaruh Citra Perusahaan	Hasil penelitian ini

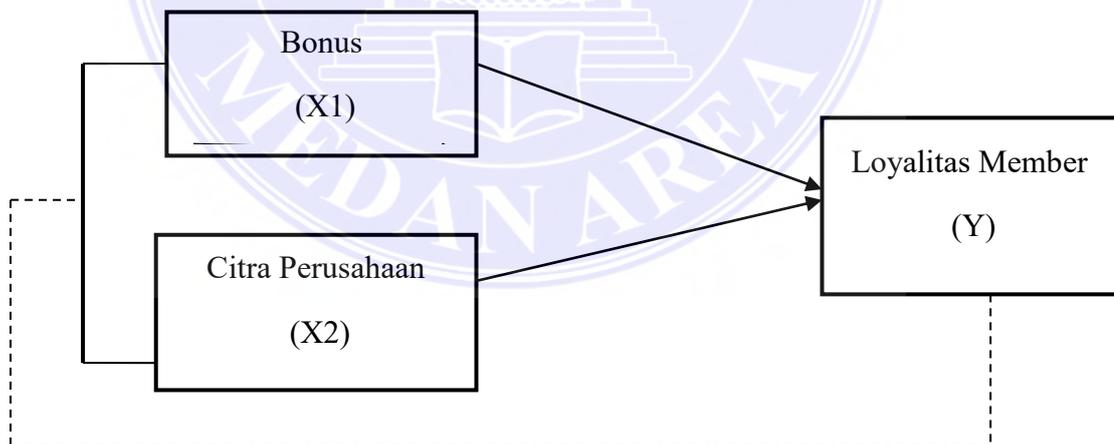
No	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
	(2017)	Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus PT. Bintang Utara Perwakilan Dolok Sanggul)	menyimpulkan bahwa : Setelah dilakukan penelitian terhadap variabel citra perusahaan pada Bus PT. Bintang Utara dapat diketahui bahwa secara keseluruhan citra perusahaan sudah dinilai baik, namun untuk identitas perusahaan yang meliputi nama perusahaan, moto perusahaan dan struktur dan Bus PT. Bintang Utara sudah sesuai dengan harapan pelanggan namun penumpang PT. Bintang Utara belum dapat mencapai target maksimal, maka masih perlu melakukan pembenahan Bus, serta membuat sistem-sistem baru yang dapat menarik perhatian customer .
7	Ahmad Hidayat (2013)	Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta dampaknya terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Member PT. Melia Sehat Sejahtera di UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)	Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa : Citra merek tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada member PT Melia Sehat Sejahtera, Kualitas produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada member PT Melia Sehat Sejahtera , Harga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada member PT Melia Sehat Sejahtera .
8	Ni Made Maharani Dwi Ratnasari, Kusdi Rahardjo, dan M. Djudi Mukzam (2013)	Pengaruh Insentif Terhadap Loyalitas Karyawan (Studi Pada Karyawan Tetap PT. SIER (Persero), Surabaya)	Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa : 1. Jenis-jenis insentif yang diberikan pada karyawan PT SIER (Persero), Surabaya adalah insentif dalam bentuk finansial yang terdiri dari pemberian bonus, tunjangan pensiun serta dalam bentuk jaminan sosial berupa cuti sakit dengan tetap mendapat gaji, tunjangan hari raya dan kemudahan dalam proses pengobatan dan pelayanan kesehatan. PT SIER (Persero),

No	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
			Surabaya juga memberikan insentif non material dalam bentuk penghargaan berupa pemberian pujian/ucapan terimakasih, pemberian piagam penghargaan dan kesempatan untuk dipromosikan/naik jabatan.

2.5 Kerangka Konseptual

Bonus yaitu pemberian dalam bentuk uang yang diberikan oleh pihak pemimpin perusahaan kepada karyawan agar mereka bekerja dengan motivasi yang tinggi dan berprestasi dalam mencapai tujuan-tujuan perusahaan sebagai pengakuan prestasi kerja dan kontribusi karyawan kepada perusahaan tersebut . Citra Perusahaan yaitu bagian terpenting yang dimiliki oleh suatu perusahaan baik perusahaan besar maupun perusahaan kecil .

Berdasarkan latar belakang masalah dapat diambil kerangka konseptual sebagai berikut :



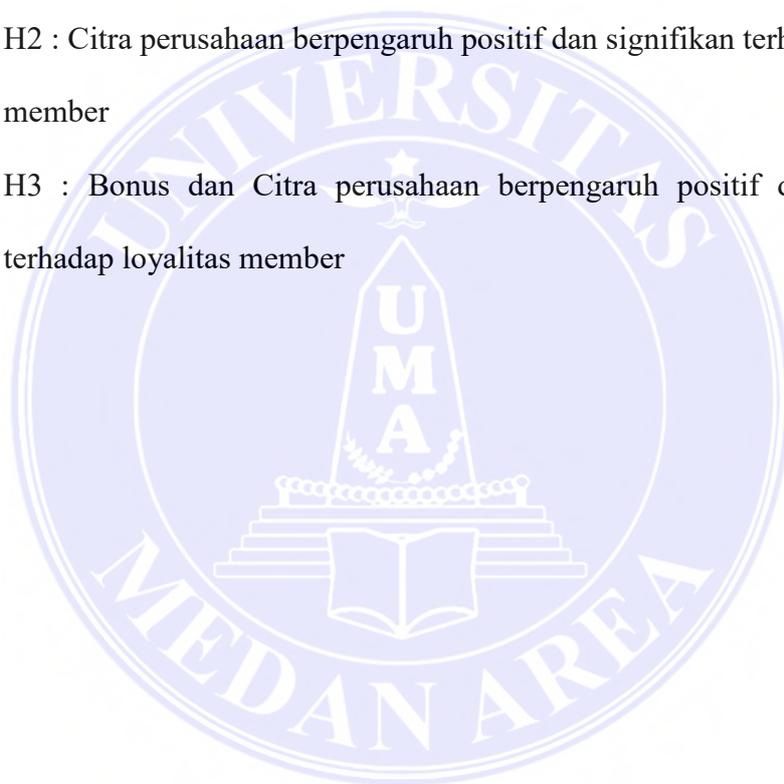
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

2.6 Hipotesis

Hipotesis atau anggapan dasar merupakan jawaban sementara atas masalah yang masih bersifat praduga karena masih harus dibuktikan kebenarannya oleh peneliti. Dugaan jawaban tersebut merupakan kebenaran yang sifatnya sementara, yang akan diuji kebenarannya dengan data yang dikumpulkan melalui penelitian .

Hipotesis yang diambil penulis dalam penelitian ini adalah :

- a. H1 : Bonus berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas member
- b. H2 : Citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas member
- c. H3 : Bonus dan Citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas member



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis, Lokasi, dan Waktu Penelitian

3.1.1 Jenis Penelitian

Berdasarkan dari judul yang telah dikemukakan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa jenis penelitian ini menggunakan pendekatan asosiatif. Adapun variabel yang dihubungkan dalam penelitian ini adalah Variabel bebas yaitu Bonus (X1), Citra Perusahaan (X2) dengan Variabel terikatnya yaitu Loyalitas Member (Y) .

3.1.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan kepada seluruh member PT Melia Sehat Sejahtera di Sekretariat (Basecamp) Jalan Ayahanda Gang Buku No 3 Medan.

3.1.3 Waktu Penelitian

Tabel 3.1
Rencana Waktu Penelitian

Kegiatan	Des 2021	Jan 2022	Feb 2022	Mar 2022	Apr 2022	Mei 2022	Juni 2022	Juli 2022	Agt 2022	Sept 2022
Pengajuan Judul										
Penyusunan Proposal										
Seminar Proposal										
Pengolahan Data										
Seminar Hasil										
Pengajuan Meja Hijau										
Meja Hijau										

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi adalah jumlah keseluruhan dari satuan-satuan atau individu-individu yang karakteristiknya hendak diteliti. Dan satuan-satuan tersebut dinamakan unit analisis, dan dapat berupa orang-orang, institusi-institusi, benda-benda, dan seterusnya (Djarwanto, 1994). Jadi dapat disimpulkan bahwa Populasi dalam penelitian ini ditahun 2022 yaitu tercatat sebanyak 300 member di stokis PT Melia Sehat Sejahtera Jl. Medan Tenggara VII No 79.E. dengan karakteristik yang dimiliki responden yaitu berusia 21-60 tahun, telah menjadi member minimal selama 1 tahun di PT Melia Sehat Sejahtera.

3.2.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diteliti (Djarwanto, 1994). Metode pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti yaitu kuesioner (angket). Penelitian ini menggunakan rumus slovin dalam penarikan sampel. Rumus slovin untuk menentukan sampel adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan :

n : Ukuran sampel

N: Ukuran populasi

e: ketidakteelitian karena kesalahan sampel yang tidak ditolelir sebesar 10% atau 0,1.

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{300}{1 + 300(0,1)^2}$$

$$= 75$$

Jadi, berdasarkan hasil diatas dapat disimpulkan bahwa jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah 75 responden.

3.3 Operasional Variabel

Definisi operasional merupakan sebuah informasi yang dapat digunakan sebagai petunjuk atau cara untuk mengukur variabel yang akan digunakan . berikut adalah variabel dan defenisi operasional dari penelitian yang akan dilakukan :

Tabel 3.2
Operasional variabel

No	Variable	Definisi	Indikator	Skala
1	Bonus (X1)	a.bonus yang diberikan oleh lembaga langsung berkaitan dengan kinerja yang telah dilakukan oleh tenaga kerja. b.bonus yang diberikan oleh lembaga berdasarkan lama atau tidaknya tenaga kerja mencapai standar yang telah ditetapkan lembaga atau organisasi. c.bonus yang diberikan oleh lembaga berdasarkan pada masa kerja tenaga kerja yang bersangkutan dalam suatu organisasi. d.keadilan, bonus yang diberikan oleh lembaga berdasarkan pada besarnya pengorbanan (<i>input</i>) yang diberikan lembaga dengan (<i>output</i>) yang dihasilkan oleh tenaga kerja.	a. Kinerja b. lama kerja c. senioritas d. keadilan	<i>Likert</i>

No	Variable	Definisi	Indikator	Skala
2	Citra Perusahaan (X ₂)	<ul style="list-style-type: none"> a. Interpretasi atas stimulus yang diterima konsumen berdasarkan atas pengalaman yang akan menimbulkan kesan jangka panjang. b. Pemikiran deskriptif yang dianut seseorang tentang suatu hal. c. Kecenderungan bertindak, berpersepsi, berfikir dalam menghadapi ide, objek, situasi dan nilai. 	<ul style="list-style-type: none"> a. Impression b. Beliefs c. Attitudes 	<i>Likert</i>
3	Loyalitas Member (Y)	<ul style="list-style-type: none"> a. Anggota member melakukan pembelian lebih dari satu kali secara terus menerus. b. Anggota member membeli macam-macam produk atau jasa lainnya dalam satu perusahaan naungan. c. Anggota member memberitahukan, mempromosikan dan mereferensikan produk yang dikonsumsi kepada kerabat, teman dan orang sekitar. d. Anggota member sudah tidak mau menggunakan produk lain, meskipun produk tersebut sudah mempromosikan dan membujuk secara terus menerus. 	<ul style="list-style-type: none"> a. Melakukan pembelian ulang yang teratur b. Membeli antar lini produk dan jasa c. Mereferensikan kepada orang lain d. Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing 	<i>Likert</i>

3.4 Jenis dan Sumber Data

3.4.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Menurut Sugiyono (2013) data kuantitatif yaitu data yang diperoleh dan dicatat untuk pertama kalinya dan merupakan data yang diperoleh dari lokasi penelitian, melalui pengamatan serta buku atau literatur lainnya. Dalam penelitian ini data yang diperoleh adalah kuesioner kepada member PT Melia Sehat Sejahtera .

3.4.2 Sumber Data

Menurut Sugiyono (2010) dilihat melalui jenis dan sumber datanya, dalam pengumpulan data digunakan data primer dan data sekunder. Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Data primer, yaitu data yang diperoleh melalui penelitian langsung ke objek penelitian yang masih harus di olah oleh penulis. Data primer dalam penelitian ini adalah hasil jawaban kuesioner yang disebarakan kepada responden yaitu member PT Melia Sehat Sejahtera .
2. Data sekunder, yaitu data yang diperoleh untuk melengkapi data primer yang meliputi sumber-sumber bacaan serta data mengenai sejarah dan perkembangan perusahaan, struktur organisasi, dan uraian tugas perusahaan yang diperoleh sehubungan dengan masalah yang diteliti.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Jenis pengumpulan data yang digunakan adalah dengan skala likert, yaitu mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2010:93). Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan beberapa teknik antara lain :

1. Pengamatan (*observation*), yaitu dengan mengadakan pengamatan langsung pada objek penelitian.
2. Daftar pertanyaan (*Questionnaire*), yaitu pengumpulan data dengan menggunakan daftar pertanyaan atau angket yang sudah dipersiapkan sebelumnya dan diberikan kepada responden. Dimana responden memilih

salah satu jawaban yang telah disediakan dalam daftar pertanyaan. Bobot nilai angket yang ditentukan yaitu :

Tabel 3.3.
Bobot Nilai Angket

Pernyataan	Bobot
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah alat yang mengukur sah atau tidak sahnya suatu kuisioner (Jurnal Al-Fajri, 2016). dalam jurnal Febrianawati yusup, 2018 instrument yang dikatakan valid saat mengungkap data dari variabel secara tepat tidak menyimpang keadaan yang sesungguhnya. Dasar pengambilan keputusan yang digunakan untuk menguji validitas butir angket adalah :

- a. Jika $sig < 0,05$, maka pernyataan dikatakan valid
- b. Jika $sig > 0,05$, maka pernyataan dikatakan tidak valid

Pengujian validitas ini dilakukan dengan program SPSS (*Statistical Package For Social Sains*).

3.7 Uji Asumsi Klasik

3.7.1 Uji Reliabilitas

Menurut Arikonto dalam jurnal Yusup, 2018 instrument dikatakan reliable saat dapat mengungkapkan data yang bisa dipercaya. Teknik untuk menguji reliabilitas ini yaitu dengan metode *Cronbach's alpha*. Pengukuran skala

cronbach's alpha berdasarkan 0 sampai 1. Dapat dikelompokkan menjadi lima kelas dalam rentang yang sama, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

1. Nilai alpha cronbach 0,00 s.d. 0,20, berarti sangat tidak reliable.
2. Nilai alpha cronbach 0,21 s.d. 0,40, berarti tidak reliable.
3. Nilai alpha cronbach 0,41 s.d. 0,60, berarti cukup reliable.
4. Nilai alpha cronbach 0,61 s.d. 0,80, berarti reliable
5. Nilai alpha cronbach 0,81 s.d. 1,00, berarti sangat reliable.

a. Uji Normalitas

Untuk menguji normalitas data dalam penelitian yang dideteksi melalui analisa grafik dan statistik yang dihasilkan melalui perhitungan regresi dengan SPSS.

1. Histogram, yaitu pengujian dengan menggunakan ketentuan bahwa data normal berbentuk lonceng (*Bell shaped*). Data yang baik adalah data yang memiliki pola distribusi normal. Jika data menciung ke kanan atau ke kiri berarti memberitahukan bahwa data tidak berdistribusi secara normal.
2. *Grafik normality probability plot*, ketentuan yang digunakan adalah :
 - a. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
 - b. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali 2018, uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi antar variabel independen dalam model regresi. Model regresi yang baik apabila tidak mengandung multikolinieritas. Mendeteksi

multikolinieritas dapat melihat nilai *tolerance* dan *varian inflation factor (VIP)* sebagai tolak ukur. Apabila nilai *tolerance* $\leq 0,10$ dan nilai *VIF* ≥ 10 , maka dapat disimpulkan bahwa penelitian terdapat multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali 2018, uji heteroskedastisitas digunakan menguji apakah dalam regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual dari suatu pengamatan ke pengamatan lain. Syarat model regresi ialah tidak adanya gejala heteroskedastis. Uji heteroskedastis menggunakan uji glesjer yaitu mengkorelasikan nilai absolute residual dengan masing-masing variabel. Hasil dari dari uji glejser menunjukkan tidak ada heteroskedastisitas apabila dari perhitungan SPSS nilai probabilitas signifikansinya diatas tingkat kepercayaan 5%.

3.8 Uji Statistik

3.8.1 Analisis Regresi Linear berganda

Regresi linear berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh variabel independen citra merek (X_1) dan kepercayaan merek (X_2) terhadap loyalitas konsumen (Y) dengan memakai program SPSS 21.00 for window. Rumus sistematis dari regresi linear berganda yang umum digunakan dalam penelitian yaitu :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y : Loyalitas Konsumen

a : Konstanta

$b_1...b_2$: Koefisien regresi masing-masing variabel

X_1 : Citra merek

X_2 : Kepercayaan merek

e : Standart Error

3.9 Uji Hipotesis

a. Uji t

Uji t ini digunakan untuk menguji signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen, apakah variabel independen (X) berpengaruh terhadap variabel dependen (Y) secara terpisah atau parsial. Yang mana nilai t hitung masing-masing variabel bebas dengan nilai t tabel dengan derajat kesalahan 5% ($\alpha = 0.05$). Apabila membandingkan nilai t hitung \geq dari nilai t tabel, maka variabel bebasnya memberikan pengaruh bermakna terhadap variabel terikat.

b. Uji F

Uji F ini digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh variabel-variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen. Apabila membandingkan nilai F hitung dengan F tabel pada derajat kesalahan 5% ($\alpha = 0.05$). Apabila nilai F hitung \geq dari nilai F tabel, maka berarti variabel bebasnya secara serempak memberikan pengaruh yang bermakna terhadap variabel terikat atau hipotesis pertama diterima.

3.10 Koefisien determinasi (R^2)

Koefisien determinasi ($adjusted R^2$) merupakan pengukuran yang bertujuan mengukur seberapa jauh kemampuan variabel independen (Citra merek, kepercayaan merek) dalam menjelaskan variabel dependen (Loyalitas konsumen). Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 hingga 1 ($0 < adjusted R^2 < 1$), semakin nilai koefisien mendekati 1, maka dikatakan baik karena hubungan variabel independen dengan variabel dependen semakin dekat.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan pembahasan, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Persamaan regresi linear berganda yang diperoleh adalah $Y = 9,738 + 0,278X_1 + 0,614X_2$. Artinya bahwa bonus dan citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas member pada perusahaan PT Melia Sehat Sejahtera. Hal ini dapat dilihat dari nilai koefisien regresinya yang bertanda positif.
2. Berdasarkan uji-F, $(26,303) > F_{tabel}(3,12)$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya dapat disimpulkan bahwa secara simultan variabel bonus dan citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas member pada perusahaan PT Melia Sehat Sejahtera.
3. Berdasarkan uji-T, terhadap bonus nilai $t_{hitung}(2,934) > t_{tabel}(1,666)$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,004 < 0,05$. Citra perusahaan nilai $t_{hitung}(5,565) > t_{tabel}(1,666)$ dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Artinya secara parsial bonus dan citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas member pada perusahaan PT Melia Sehat Sejahtera.
4. Berdasarkan uji-T, bahwa citra perusahaan lebih berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas member dapat dilihat dari $t_{hitung}5,565 > t_{tabel}1,666$ dengan tingkat signifikan sebesar 0,000. Artinya bahwa citra perusahaan lebih

berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas member pada perusahaan PT Melia Sehat Sejahtera.

5. Hasil pengujian koefisien R^2 adalah sebesar 0,422. Artinya loyalitas member pada perusahaan dapat dijelaskan oleh bonus dan citra perusahaan sebesar 42,2% sedangkan 57,8% lagi dapat dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti faktor emosional, faktor lokasi, *brand image*, *brand awareness*, dan *brand association*.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis pembahasan serta beberapa kesimpulan mengenai pengaruh bonus dan citra perusahaan terhadap loyalitas member pada perusahaan PT Melia Sehat Sejahtera, maka saran-saran yang dapat penulis berikan melalui hasil penelitian ini yaitu :

1. Dilihat dari jawaban responden pada variabel bonus pada pernyataan “Member merasakan keadilan dalam pemberian bonus di perusahaan PT Melia Sehat” dan pernyataan “Bonus yang diberikan perusahaan sudah cukup layak untuk setiap membernya” ditemukan bahwa jawaban Tidak Setuju (TS) memiliki persentase yang sangat tinggi. Maka dari itu, sebaiknya perusahaan PT Melia Sehat Sejahtera lebih meningkatkan bonus dalam hal keadilan dan kelayakan dengan lebih memperhatikan pemberian insentif atau bonus yang diberikan kepada member secara adil dan layak sesuai dengan jerih payah atau *output* yang telah diberikan member kepada perusahaan sehingga mampu meningkatkan loyalitas member.
2. Berdasarkan jawaban responden pada variabel citra perusahaan pada pernyataan “member yakin terhadap kualitas PT Melia Sehat Sejahtera”

ditemukan bahwa jawaban Tidak Setuju (TS) memiliki persentase yang sangat tinggi. Maka dari itu, sebaiknya perusahaan PT Melia Sehat Sejahtera meningkatkan kepercayaan (*beliefs*) meningkatkan kualitas perusahaan, seperti gaya manajemen, pola kerja dan meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan sehingga meningkatkan loyalitas member pada perusahaan tersebut.

3. Berdasarkan jawaban responden pada variabel loyalitas pada pernyataan “member mengkonsumsi semua produk yang ditawarkan PT Melia Sehat Sejahtera” ditemukan bahwa jawaban Tidak Setuju (TS) memiliki persentase yang sangat tinggi. Maka dari itu, sebaiknya perusahaan PT Melia Sehat Sejahtera meningkatkan meningkatkan kualitas setiap produknya sehingga meningkatkan minat setiap member untuk mengkonsumsi setiap macam-macam produk yang dikeluarkan oleh PT Melia Sehat Sejahtera.
4. Diharapkan peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian serupa yang dilakukan lebih mendalam dengan menggunakan objek peneliti dan populasi yang berbeda untuk memvalidasi hasil peneliti ini. Selain itu dapat meneliti variabel lain diluar variabel yang telah diteliti untuk mengungkapkan lebih banyak permasalahan serta memberikan temuan-temuan peneliti yang lebih baru lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ana Dwi Sektia Rahmayati (2018). Kepercayaan Pelanggan dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan.*program studi administrasi bisnis 2018*
- Ayu Lutfiana Astri, Saryadi, Andi Wijayanto, (2011), "*Jurnal Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Antara Terhadap Loyalitas Konsumen Air Minum Merek Aqua*",Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis FISIP Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ahmad Hidayat (2013). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta dampaknya terhadap Loyalitas Pelanggan(Studi Kasus Pada Member PT.Melia Sehat Sejahtera di UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Bambang dan Triyono Arief Wahyudi (2019).Analisis pengaruh citra perusahaan dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. *Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi,Bisnis*, 2(1), 61 – 70
- Eko, Agus Sujianto, (2009), "*Aplikasi Statistic dengan Spss 16.0*", PrestasiPustakarya. Jakarta
- Fandy Tjiptono. (2004). "*Pemasaran Jasa*"-edisi pertama. Malang: Bayu MediaPublishing.
- Ghozali, Imam, (2005), "*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Spss*",Universitas Diponegoro. Semarang
- Istijanto, (2009), "*Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*", PT. Gramedia PustakaUtama, Anggota IKAPI, Jakarta
- Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo, (2002), "*Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi Dan Manajemen*". BPFE-Yogyakarta. Yogyakarta
- Imam Ghozali. (2011). "*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*". Uniersitas Diponegoro.Semarang
- Kotler, Philip, Kevin Lane Keller, (2008), "*Manajemen Pemasaran*", Edisi 13, Jilid 1, PT.Gelora Aksara, Jakarta
- Kotler, philip, A.B Susanto, (2001), "*pemasaran di Indonesia*". Salemba Empat, Jakarta
- Keller k. 1.,(2008),"*Building Measuring And Maraging Brand Equity 2th ed*", , prentice hall inc.Canada

- Lupiyoadi Rambat, (2001), “ *Manajemen Pemasaran Jasa*”, jilid 1, PT.INDEKS kelompok Gramedia, Jakarta
- Mada Saputra (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Member D’Oksigen Clasik Fitnes di Kota Padang.*EcoGen Volume 1, Nomor 4, 5 Desember 2018*
- Musanto, Trisno.(2004),”*Jurnal Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas*”, Fakultas Ekonomi Uneversitas Katolik Widya Utama Mandala,
- Ni Made Maharani Dwi Ratnasari, Kusdi Rahardjo, dan M. Djudi Mukzam (2013). Pengaruh Insentif Terhadap Loyalitas Karyawan (Studi Pada Karyawan Tetap PT. SIER (Persero), Surabaya).*Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 2 No.2 Juni 2013|administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id*
- Oryz Agnu Dian Wulandari¹, Fauzan Aufa Pradiva, Galang Abdul Aziz (2020).Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Kegunaan Terhadap Kepuasan Dalam Membangun Loyalitas Pengguna Ovo.*Jurnal Manajemen dan Bisnis: Performa Vol. 17, No. 2 September 2020*
- Roy Parto Purba (2017). Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi KasusPT. Bintang Utara Perwakilan Dolok Sanggul).*JOM FISIP Vol. 4 No. 1 – Februari 2017*
- Rijalul Faqih Hadi,Abd. Kodir Djaelani , dan M. Khoirul Abs (2020). Pengaruh Pemberian Tunjangan Dan Bonus Terhadap Loyalitas Kerja Karyawan Pada PT. Phalosari Unggul Jaya Jombang.*e-jurnal riset manajemen prodi manajemen fakultas ekonomi dan bisnis unisma*



LAMPIRAN 1 Kuesioner Penelitian**UNIVERSITAS MEDAN AREA****KUESIONER PENELITIAN “PENGARUH BONUS DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP LOYALITAS MEMBER PADA PERUSAHAAN PT MELIA SEHAT SEJAHTERA”**

Yth, Responden Penelitian

Member pada Perusahaan PT Melia Sehat Sejahtera di Sekretariat (*Basecamp*)
Jalan Ayahanda Gang Baku No.3 Medan.

Dengan Hormat,

Saya mahasiswa Universitas Medan Area Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Jurusan Manajemen Strata 1

Nama : Pita Sari Br Sembiring

NPM : 188320280

Sedang mengadakan penelitian untuk penyusunan skripsi yang berjudul
“Pengaruh Bonus dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Member Pada
Perusahaan PT Melia Sehat Sejahtera”.

Saya mohon kesediaan bapak/ibu, saudara untuk meluangkan waktu
sejenak untuk mengisi kuisisioner penelitian ini. Dan sebelumnya saya ucapkan
terimakasih atas kesediaan bapak/ibu, saudara mengisi kuesioner penelitian ini.
Berikut ini adalah petunjuk pengisian kuesioner

1. Isilah identitas bapak/ibu, saudara di kolom identitas responden yang telah disediakan.
2. Pilihlah salah satu jawaban yang paling tepat dengan memberi tanda checklist (√) menurut pendapat bapak/ibu, saudara pada kolom yang disediakan.
3. Jawablah setiap bagian kuesioner ini sesuai dengan petunjuk pengisian yang ada.
4. Pastikan bapak/ibu, saudara telah memberikan jawaban bagi setiap pernyataan dan tidak ada pernyataan yang terlewatkan.
5. Kerahasiaan identitas dan jawaban bapak/ibu, saudara dijamin oleh peneliti.

Terima kasih atas bantuan bapak/ibu, saudara sekalian.

Hormat Saya

Pita Sari Br Sembiring

I. IDENTITAS MAHASISWA

Data Responden	
Nama	
Jenis Kelamin	
Usia	
Lama Menjadi Member	
Pendidikan Terakhir	

II. PETUNJUK PENGISIAN

Pilihlah salah satu jawaban yang paling tepat dengan memberi tanda checklist menurut pendapat bapak/ibu, saudara pada kolom yang disajikan.

Alternatif Jawaban :

STS = Sangat Tidak Setuju (1)

TS = Tidak Setuju (2)

KS = Kurang Setuju (3)

S = Setuju (4)

SS = Sangat Setuju (5)

III. DAFTAR PERNYATAAN**BONUS (X₁)**

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1	Bonus yang diterima member dari perusahaan adalah cukup besar sesuai dengan sistem kerja member masing-masing.					
2	Semakin baik kinerja member maka semakin banyak bonus yang akan diterima.					
3	Bonus yang diberikan perusahaan sebanding dengan lama kerja membernya.					
4	Member menerima bonus sesuai dengan standart operasional yang telah ditentukan oleh perusahaan.					
5	Member yang baru bergabung mendapatkan bonus lebih sedikit dibandingkan dengan member lama yang lebih senior.					
6	Lamanya masa kerja seorang member dianggap lebih berpengalaman dalam bekerja.					
7	Member merasakan keadilan dalam pemberian bonus di perusahaan PT Melia Sehat Sejahtera.					
8	Bonus yang diberikan perusahaan sudah cukup layak untuk setiap membernya.					

CITRA PERUSAHAAN (X2)

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1	Member merasa letak stokis PT Melia Sehat Sejahtera di Medan sangat strategis.					
2	Member menjadi loyal karena letak stokis PT Melia Sehat Sejahtera di Medan sangat strategis.					
3	Member yakin terhadap kualitas PT Melia Sehat Sejahtera.					
4	Member percaya terhadap kualitas pelayanan PT Melia Sehat Sejahtera.					
5	PT Melia Sehat Sejahtera memberikan pelayanan yang baik terhadap member-membarnya.					
6	PT Melia Sehat Sejahtera merupakan perusahaan yang berkompetensi tinggi.					

LOYALITAS (Y)

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1	Member selalu menggunakan produk jasa PT Melia Sehat Sejahtera.					
2	Member tidak pernah menggunakan produk jasa lain selain dari PT Melia Sehat Sejahtera.					
3	Member mengkonsumsi semua produk yang ditawarkan PT Melia Sehat Sejahtera.					
4	Produk jasa yang ditawarkan PT Melia Sehat Sejahtera sesuai dengan kebutuhan member.					
5	Member mempromosikan PT Melia Sehat Sejahtera kepada keluarga.					
6	Member mempromosikan PT Melia Sehat Sejahtera kepada teman-temannya.					
7	Member sangat percaya dengan kualitas produk PT Melia Sehat Sejahtera.					
8	Member tidak berminat mencoba produk jasa lainnya selain dari PT Melia Sehat Sejahtera.					

LAMPIRAN 2 Tabulasi Data Penelitian**Tabulasi Jawaban Responden Uji Validitas dan Reliabilitas**

BONUS (X1)				Total X1	CITRA PRUSAHAAN (X2)						Total X2	LOYALITAS (Y)								Total Y
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	
5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	4	29	5	5	5	5	5	5	4	5	39
4	5	5	5	19	5	5	4	4	4	4	26	5	5	5	5	4	4	4	5	37
5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	5	25	4	4	4	4	4	4	5	4	33
4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	5	5	5	19	5	5	5	4	4	5	28	5	5	5	5	4	5	5	5	39
5	5	5	5	20	5	5	4	5	5	5	29	5	4	5	5	4	5	5	5	38
4	4	4	4	16	5	5	5	5	4	4	28	4	4	4	4	4	4	4	5	33
5	4	5	5	19	4	5	5	5	5	5	29	5	4	4	5	5	5	5	4	37
4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	3	28	5	5	5	5	5	5	3	5	38
5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	4	4	4	17	4	4	4	5	5	4	26	4	4	4	4	4	5	4	4	33
5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	5	5	18	4	5	4	4	4	5	26	5	4	4	5	4	4	5	4	35
5	5	4	4	18	5	4	5	5	5	5	29	4	4	5	4	5	5	5	5	37
4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	5	25	4	4	4	4	5	4	5	4	34
5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	40

Rekapitulasi Skor Jawaban Responden

BONUS (X1)				Total X1	CITRA PRUSAHAAN (X2)						Total X2	LOYALITAS (Y)								Total Y
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	
5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	4	29	5	5	5	5	5	5	4	5	39
4	5	5	5	19	5	5	4	4	4	4	26	5	5	5	5	4	4	4	5	37
5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	5	25	4	4	4	4	4	4	5	4	33
4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	5	5	5	19	5	5	5	4	4	5	28	5	5	5	5	5	4	5	5	39
5	5	5	5	20	5	5	4	5	5	5	29	5	4	5	5	4	5	5	5	38
4	4	4	4	16	5	5	5	5	4	4	28	4	4	4	4	4	4	4	5	33
5	4	5	5	19	4	5	5	5	5	5	29	5	4	4	5	5	5	5	4	37
4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	3	28	5	5	5	5	5	5	3	5	38
5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	4	4	4	17	4	4	4	5	5	4	26	4	4	4	4	4	5	4	4	33
5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	5	5	18	4	5	4	4	4	5	26	5	4	4	5	4	4	5	4	35
5	5	4	4	18	5	4	5	5	5	5	29	4	4	5	4	5	5	5	5	37
4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	5	25	4	4	4	4	5	4	5	4	34
5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	4	19	5	5	5	5	5	5	30	5	5	4	4	4	5	5	5	37
5	4	5	3	17	4	5	5	4	5	4	27	5	5	5	4	4	5	4	4	36
5	5	4	2	16	5	5	5	5	4	2	26	5	4	4	5	5	4	2	5	34
5	4	5	5	19	5	5	4	5	5	5	29	5	4	5	5	5	5	5	5	39
5	5	4	4	18	5	5	5	4	4	5	28	5	3	5	4	5	4	5	5	36
5	5	5	2	17	5	5	5	5	4	5	29	4	5	5	4	5	4	5	5	37
4	5	4	5	18	5	4	5	4	4	5	27	5	4	5	5	4	5	5	5	38
5	4	4	3	16	5	5	4	5	4	5	28	5	5	3	5	2	4	5	5	34
5	4	5	4	18	5	5	4	5	5	5	29	5	5	4	4	3	5	5	5	36

BONUS (X1)				Total X1	CITRA PRUSAHAAN (X2)						Total X2	LOYALITAS (Y)								Total Y
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	
5	5	5	5	20	4	5	5	5	4	4	27	4	4	3	5	5	4	4	4	33
5	4	5	5	19	5	5	4	4	5	5	28	4	4	2	5	5	5	5	5	35
5	3	4	5	17	5	5	3	5	4	5	27	5	5	4	5	4	4	5	5	37
5	5	5	3	18	5	5	5	5	5	5	30	5	5	4	5	5	5	5	5	39
5	4	5	2	16	5	5	4	4	3	5	26	5	4	4	5	5	3	5	5	36
5	3	5	5	18	4	5	3	4	4	4	24	5	4	4	5	5	4	4	4	35
5	5	5	4	19	4	5	5	5	5	4	28	5	4	4	4	5	5	4	4	35
5	5	4	4	18	5	5	5	5	5	5	30	4	4	2	4	4	5	5	5	33
5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30	5	4	4	5	5	5	5	5	38
5	4	5	5	19	5	5	4	5	4	5	28	4	4	2	5	5	4	5	5	34
4	4	4	4	16	5	4	4	4	5	5	27	5	4	5	4	5	5	5	5	38
5	4	4	5	18	5	5	4	5	5	5	29	5	4	4	5	3	5	5	5	36
4	4	5	4	17	4	4	4	5	4	4	25	4	4	4	4	5	4	4	4	33
5	4	5	5	19	5	5	4	5	4	5	28	5	4	4	5	4	4	5	5	36
5	5	5	5	20	5	5	5	5	4	5	29	5	5	4	5	5	4	5	5	38
5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	4	5	5	5	39
5	5	5	4	19	5	5	5	5	4	5	29	5	5	5	4	3	4	5	5	36
5	5	5	5	20	5	5	5	5	4	5	29	5	5	5	5	5	4	5	5	39
5	5	5	5	20	5	5	5	5	4	4	28	5	5	5	5	4	4	4	5	37
5	5	5	4	19	5	5	5	5	4	5	29	5	5	5	4	4	4	5	5	37
5	5	5	4	19	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	4	5	5	5	5	39
4	4	5	5	18	5	4	4	5	4	5	27	4	4	2	5	4	4	5	5	33
5	5	4	5	19	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	5	17	4	4	2	4	5	4	23	4	4	5	5	5	5	4	4	36
4	4	5	5	18	4	4	2	4	4	4	22	4	4	5	5	4	4	4	4	34
5	4	5	4	18	5	5	2	5	5	5	27	5	4	5	5	5	5	5	5	39
4	5	5	3	17	5	4	5	5	5	5	29	4	5	5	5	4	5	5	5	38
5	5	5	2	17	5	5	5	5	4	5	29	5	5	5	4	4	4	5	5	37
5	5	5	5	20	5	5	5	4	4	5	28	5	5	5	5	4	4	5	5	38
4	4	5	4	17	4	4	2	4	5	4	23	4	4	5	4	5	5	4	4	35
5	5	5	2	17	5	5	3	5	5	5	28	5	5	5	4	4	5	5	5	38
5	5	5	5	20	5	5	3	5	5	5	28	5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	4	3	17	5	5	5	5	4	5	29	5	5	5	5	5	4	5	5	39
4	5	5	4	18	4	4	5	4	5	4	26	4	5	3	5	4	5	4	4	34
5	5	5	2	17	5	5	5	5	5	5	30	5	5	3	5	5	5	5	5	38

LAMPIRAN 3 Uji Statistika**Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Secara Parsial****Bonus(X1)**

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.889	8

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	24.77	40.461	.609	.880
X1.2	24.97	36.447	.814	.859
X1.3	25.27	41.789	.516	.889
X1.4	25.27	37.099	.691	.873
X1.5	25.13	40.051	.640	.877
X1.6	25.03	41.413	.603	.881
X1.7	25.13	40.947	.689	.874
X1.8	24.87	38.257	.757	.866

Citra Perusahaan(X2)

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.881	6

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	23.70	3.114	.722	.855
X2.2	23.67	3.264	.657	.865
X2.3	23.73	2.961	.796	.841
X2.4	23.70	2.976	.832	.836
X2.5	23.73	3.030	.743	.851
X2.6	23.80	3.407	.429	.905

Loyalitas (X2)

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.926	8

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y.1	33.07	6.892	.808	.912
Y.2	33.17	6.626	.829	.909
Y.3	33.10	6.645	.886	.905
Y.4	33.07	6.892	.808	.912
Y.5	33.10	6.921	.752	.916

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y.6	33.10	7.059	.687	.921
Y.7	33.17	7.109	.513	.938
Y.8	33.07	6.961	.774	.914

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Secara Simultan

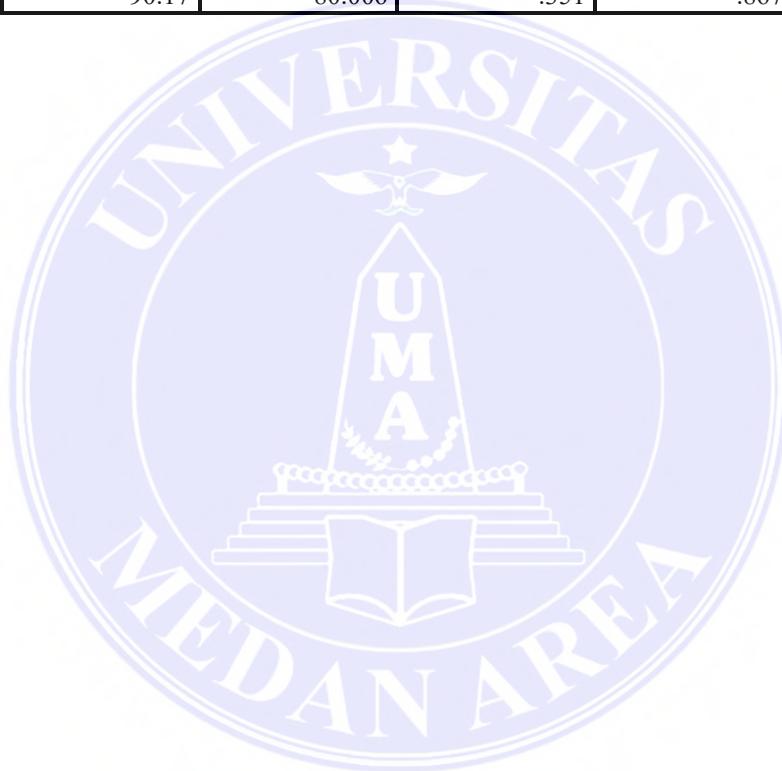
Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.869	22

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	91.07	71.789	.493	.863
X1.2	91.27	65.513	.749	.850
X1.3	91.57	69.840	.604	.857
X1.4	91.57	70.185	.457	.868
X1.5	91.43	73.013	.427	.866
X1.6	91.33	74.092	.416	.866
X1.7	91.43	71.151	.630	.856
X1.8	91.17	69.109	.622	.857
X2.1	90.17	80.006	.351	.867
X2.2	90.13	80.326	.329	.867
X2.3	90.20	78.372	.542	.863
X2.4	90.17	79.247	.452	.865
X2.5	90.20	78.234	.560	.863
X2.6	90.27	79.995	.311	.867

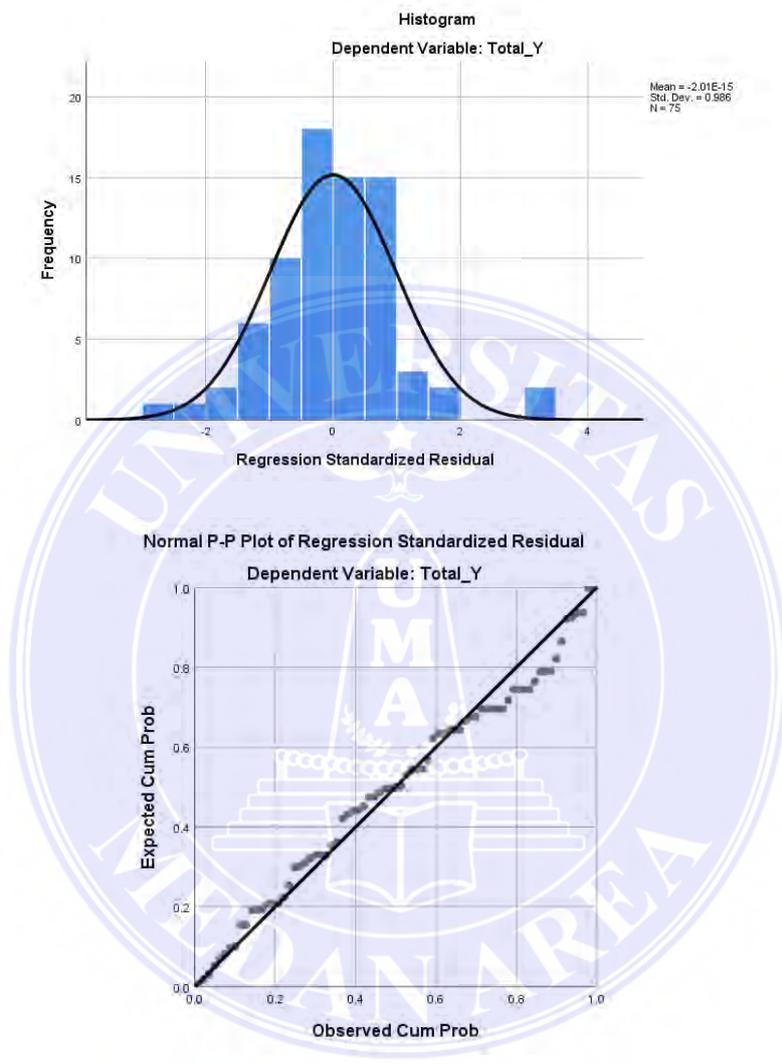
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y.1	90.17	79.316	.443	.865
Y.2	90.27	78.892	.443	.865
Y.3	90.20	78.993	.462	.864
Y.4	90.17	79.316	.443	.865
Y.5	90.20	77.683	.632	.861
Y.6	90.20	78.234	.560	.863
Y.7	90.27	78.685	.403	.865
Y.8	90.17	80.006	.351	.867



Hasil Analisis Data

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas



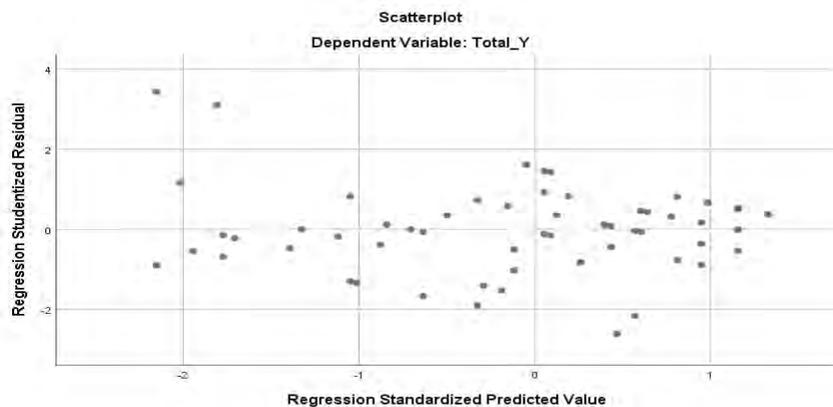
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		75
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.89394941
Most Extreme Differences	Absolute	.099
	Positive	.099
	Negative	-.060
Test Statistic		.099
Asymp. Sig. (2-tailed)		.064 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	9.738	3.976		2.449	.017		
	Total_X1	.278	.095	.273	2.934	.004	.924	1.083
	Total_X2	.614	.110	.519	5.565	.000	.924	1.083

a. Dependent Variable: Total_Y

Uji Heteroskedastitas



Uji Statistik

Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.738	3.976		2.449	.017
	Total_X1	.278	.095	.273	2.934	.004
	Total_X2	.614	.110	.519	5.565	.000

a. Dependent Variable: Total_Y

Uji Hipotesis

Pengujian Secara Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	193.945	2	96.973	26.303	.000 ^b
	Residual	265.441	72	3.687		
	Total	459.387	74			

a. Dependent Variable: Total_Y

b. Predictors: (Constant), Total_X2, Total_X1

Pengujian Secara Parsial (Uji t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.738	3.976		2.449	.017
	Total_X1	.278	.095	.273	2.934	.004
	Total_X2	.614	.110	.519	5.565	.000

a. Dependent Variable: Total_Y

Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.650 ^a	.422	.406	1.920

a. Predictors: (Constant), Total_X2, Total_X1
b. Dependent Variable: Total_Y





UNIVERSITAS MEDAN AREA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus I : Jl. Kolam No. 1 Medan Estate Telp (061) 7366878, 7360168, 7364348, 7366781, Fax (061) 7366998
Kampus II : Jl. Sei Serayu No. 70A/Jl. Setia Budi No. 79B Medan Telp (061) 8225602, 8201994, Fax (061) 8226331
Email : univ_medanarea@uma.ac.id Website.uma.ac.id/ekonomi.uma.ac.id email fakultas :ekonomi@uma.ac.id

Nomor : 1640/FEB/01.1/III/2022 22 Maret 2022
Lamp :
Perihal : Izin Research / Survey

Kepada Yth,
PT Melia Sehat sejahtera

Dengan hormat, Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area di Medan, mengharapkan bantuan saudara kepada mahasiswa kami :

N a m a : PITA SARI BR SEMBIRING
N P M : 188320280
Program Studi : Manajemen
Judul : Pengaruh Bonus Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Member Pada Perusahaan PT Melia Sehat sejahtera

Untuk diberi izin Research / Survey yang Saudara pimpin selama Satu Bulan. Hal ini dibutuhkan sehubungan dengan tugasnya menyusun Skripsi sebagai salah suatu syarat untuk menyelesaikan studi pada Perguruan Tinggi dengan memenuhi ketentuan dan peraturan administrasi di Instansi / Perusahaan Bapak/Ibu.

Dapat kami beritahukan bahwa Research ini dipergunakan hanya untuk kepentingan ilmiah semata-mata. Kami mohon kiranya diberikan kemudahan dalam pengambilan data yang diperlukan, serta memberikan surat keterangan yang menyatakan telah selesai melakukan penelitian.

Demikian kami sampaikan atas bantuan dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih.



Wakil Dekan Bidang
Provinsi, Mahasiswa dan Alumni
Dekan, Medan Area
Dekan Suryani, SE, M.Si

Tembusan :

1. Wakil Rektor Bidang Akademik
2. Kepala LPPM
3. Mahasiswa ybs
4. Pertinggal



PT. MELIA SEHAT SEJAHTERA
STATE MEDAN
Jl. Medan Tenggara VII No 79.E Telp. (061) 7873457

SURAT KETERANGAN

Telah Selesai Melakukan Penelitian

Kepada Yth,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Di-

Tempat

Yang bertanda tangan dibawah ini, Stokis PT Melia Sehat Sejahtera di Jalan Menteng 7 No 79 E Medan menerangkandengan sebenar-benarnya bahwa mahasiswi di bawah ini :

Nama : Pita Sari Br Sembiring

NPM : 188320280

Institusi Pendidikan : Universitas Medan Area

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

Telah selesai melakukan penelitian terhitung tanggal 10 Mei 2022 s.d 10 Juni 2022 yang dilakukan dengan baik dan lancar dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul :

Pengaruh Bonus dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas member pada Perusahaan PT Melia Sehat Sejahtera .

Demikian hal ini disampaikan, atas kerja sama yang baik diucapkan terima kasih .

Stokis PT Melia Sehat Sejahtera

