



Pengaruh *Organizational Culture* Dan *Reward* Terhadap *Employee Loyalty* Pada My Kopi O! Bekasi Dimediasi *Employee Engagement*

Arfia Putri Damayanti^{1*)}; Evi Fitriyanti²⁾; Vita Aulia Rachma³⁾; Retno Purwani Setyaningrum⁴⁾

1) arfiapd@mhs.pelitabangsa.ac.id, Universitas Pelita Bangsa, Jl. Inspeksi Kalimalang No.9, Indonesia

2) evifitriyanti52@gmail.com, Universitas Pelita Bangsa, Jl. Inspeksi Kalimalang No.9, Indonesia

3) vitaauliarachma@gmail.com, Universitas Pelita Bangsa, Jl. Inspeksi Kalimalang No.9, Indonesia

4) retno.purwani.setyaningrum@pelitabangsa.ac.id, Universitas Pelita Bangsa, Jl. Inspeksi Kalimalang No.9, Indonesia

Article Information:

Keywords:

Organizational Culture;
Rewards;
Employee Loyalty;
Employee Engagement;

Article History:

Received : February 16, 2025
Revised : April 27, 2025
Accepted : April 29, 2025

Article Doi:

<http://doi.org/10.22441/jdm.v8i1.31268>

Abstract

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi pengaruh budaya organisasi dan penghargaan terhadap loyalitas karyawan, dengan keterlibatan karyawan sebagai variabel perantara pada My Kopi O! Bekasi. Data yang digunakan dalam penelitian ini mencakup data primer yang diperoleh melalui kuesioner dari 50 responden, serta data sekunder dari sumber tepercaya. Pendekatan penelitian ini bersifat kuantitatif dengan menggunakan metode analisis *Partial Least Squares* (PLS) atau *SmartPLS* 3.0 untuk mengidentifikasi hubungan antar variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa budaya organisasi tidak memiliki pengaruh signifikan baik terhadap loyalitas maupun keterlibatan karyawan. Sebaliknya, penghargaan memiliki pengaruh signifikan terhadap keterlibatan karyawan, namun tidak langsung terhadap loyalitas karyawan. Selanjutnya, keterlibatan karyawan terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas, yang menunjukkan bahwa *employee engagement* merupakan faktor penting dalam membangun loyalitas karyawan. Temuan utama dari penelitian ini menawarkan saran strategis bagi perusahaan untuk meningkatkan loyalitas karyawan melalui penguatan budaya organisasi, penghargaan yang efektif, serta peningkatan keterlibatan karyawan.

1. PENDAHULUAN

Di tengah meningkatnya kompetisi di dunia bisnis, setiap perusahaan diharapkan memiliki sumber daya manusia yang berkualitas dan loyal. Saat ini, loyalitas menjadi aset berharga bagi perusahaan atau organisasi. Jika hal ini diabaikan, dapat mengakibatkan penurunan produktivitas dan berujung pada tingginya tingkat *turnover* karyawan (Darmawan *et al.*, 2021). Karyawan yang setia tidak hanya berkontribusi pada kinerja optimal, tetapi juga

memainkan peran penting dalam stabilitas dan keberlangsungan perusahaan. Menurut (Melino & Fahmi, 2019) Loyalitas karyawan adalah sikap positif yang ditunjukkan oleh karyawan terhadap perusahaan tempat mereka bekerja.

Loyalitas karyawan merupakan salah satu faktor utama yang berkontribusi signifikan terhadap kemajuan perusahaan, terutama bagi mereka yang dapat diandalkan, namun loyalitas ini tampaknya mengalami tantangan, terutama di kalangan Generasi Z. Menurut laporan dari kumparan.com oleh (Choirunissa, 2023) generasi ini cenderung menunjukkan tingkat loyalitas yang rendah, karena memiliki preferensi yang cepat berubah dan lebih memilih fleksibilitas dalam pekerjaan serta gaya hidup mereka. Sebuah studi yang dilakukan oleh (Deloitte, 2022). mengungkapkan bahwa 49% anggota Generasi Z berencana meninggalkan pekerjaan mereka dalam dua tahun pertama, sementara 61% berencana melakukan hal yang sama dalam waktu tiga tahun. Kekhawatiran mengenai loyalitas karyawan dari Generasi Z ini juga telah diungkapkan oleh berbagai perusahaan dan sumber lain.

Loyalitas karyawan memegang peranan penting dalam menjaga stabilitas dan kelangsungan sebuah organisasi, terutama di sektor industri makanan dan minuman, seperti bisnis kafe. Dengan pertumbuhan populasi yang terus meningkat, kebutuhan akan pangan juga semakin bertambah. Perkembangan masyarakat modern seringkali berhubungan dengan meningkatnya mobilitas dan kesibukan di tempat kerja, yang menyebabkan banyak pekerja, baik pria maupun wanita, menghabiskan lebih banyak waktu di luar rumah untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dengan mencari pilihan yang praktis dan instan, seperti makanan. (Annisa *et al.*, 2023)

Saat ini, industri makanan dan minuman, terutama kafe, sedang mengalami pertumbuhan pesat di Indonesia. Di berbagai kota besar, termasuk Bekasi, My Kopi O! terus berinovasi dalam cara penyajian mereka. Mereka tidak hanya menawarkan beragam pilihan makanan dan minuman, tetapi juga dilengkapi dengan fasilitas seperti Wi-Fi, musik *live*, dan suasana yang menarik untuk mengundang pengunjung. Perusahaan ini berkomitmen untuk memberikan layanan pelanggan berkualitas, yang didukung oleh tim karyawan profesional dan berdedikasi. Mengingat bahwa industri kafe sangat kompetitif, My Kopi O! menyadari pentingnya menjaga loyalitas karyawan dalam upaya memberikan pelayanan yang nyaman dan memuaskan bagi para pelanggannya.

Tabel 1.1 Data Hasil Penelitian Budaya Organisasi My Kopi O!

No.	Pernyataan	Ya	Tidak
1.	Saya merasa bangga menjadi bagian dari organisasi karena nilai-nilai budaya yang diterapkan.	60%	40%
2.	Budaya kerja di organisasi mendorong saya untuk tetap loyal dan berkontribusi jangka panjang.	43.3%	56.7%
3.	Komitmen organisasi terhadap kerja sama dan komunikasi membuat saya ingin bertahan lebih lama di sini.	40%	60%
4.	Saya merasa nilai-nilai budaya organisasi ini sejalan dengan nilai pribadi saya, sehingga membuat saya nyaman bekerja.	46.7%	53.3%
5.	Penghargaan yang diberikan perusahaan terhadap kinerja karyawan membantu saya merasa diperhatikan dan berkomitmen lebih lama.	66.67%	33.3%

Berdasarkan tabel 1.1 menunjukkan hasil pra-survei bahwa budaya organisasi di My Kopi O! Bekasi belum sepenuhnya efektif dalam membangun loyalitas dan kenyamanan kerja karyawan. Sebanyak 40-60% karyawan merasa nilai-nilai budaya, komitmen terhadap kerja sama, dan keselarasan nilai pribadi dengan budaya organisasi kurang memotivasi mereka untuk tetap bertahan di perusahaan, meskipun 66,67% merasa penghargaan terhadap kinerja membantu meningkatkan komitmen sebagian besar indikator budaya kerja belum memberikan dampak signifikan pada loyalitas karyawan.

Tabel 1.2 Data Hasil Penelitian *Reward* My Kopi O!

No.	Pernyataan	Ya	Tidak
1.	Pemberian <i>reward</i> secara konsisten membuat saya merasa diakui dan dihargai oleh organisasi	53.3%	46.7%
2.	Adanya program <i>reward</i> membuat saya termotivasi untuk berprestasi dan tetap loyal kepada perusahaan.	50%	50%
3.	Saya merasa insentif yang diberikan sesuai dengan kontribusi saya, sehingga mendorong loyalitas saya.	46.7%	53.3%
4.	Saya lebih termotivasi untuk tetap bekerja di organisasi ini karena ada	40%	60%

	penghargaan yang jelas terhadap pencapaian saya.		
5.	Penghargaan yang diberikan perusahaan terhadap kinerja karyawan membantu saya merasa diperhatikan dan berkomitmen lebih lama.	46.7%	53.3%

Berdasarkan tabel 1.2 menunjukkan bahwa program *reward* di My Kopi O! belum efektif dalam meningkatkan motivasi dan loyalitas karyawan. Meski 53,3% karyawan merasa diakui dengan adanya *reward*, hanya 40-50% yang merasa termotivasi untuk berprestasi dan loyal karena adanya penghargaan, selain itu hanya 46,7% yang merasa insentif yang diberikan sesuai dengan kontribusi mereka. Hasil ini mengindikasikan bahwa mayoritas karyawan merasa program *reward* yang ada belum memadai untuk mendukung motivasi dan loyalitas jangka panjang mereka.

Penelitian menunjukkan bahwa loyalitas karyawan dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk budaya organisasi dan sistem penghargaan. Budaya organisasi mencakup norma dan nilai yang dibentuk dan diterapkan oleh perusahaan, yang bertujuan untuk memengaruhi karakteristik serta perilaku dalam memimpin karyawan. Hal ini penting agar karyawan dapat menyelesaikan tugas tepat waktu dan dibimbing untuk mencapaitujuan organisasi (Umi, 2015:02) dalam (Imaniyah *et al.*, 2022).

Reward atau penghargaan, baik yang bersifat finansial maupun non-finansial, merupakan insentif yang diberikan oleh perusahaan sebagai bentuk pengakuan atas kontribusi karyawan. *Reward* ini ditujukan untuk menghargai kinerja karyawan yang baik, sehingga dapat mendorong semangat dan motivasi kerja mereka, dengan demikian diharapkan produktivitas perusahaan dapat meningkat (Aman-Ullah *et al.*, 2020) dalam (Nelson & Kurnaedi, 2024). Pemberian *reward* yang adil dan tepat akan berkontribusi pada peningkatan motivasi serta kepuasan karyawan, yang pada gilirannya akan memperkuat loyalitas mereka terhadap perusahaan.

Efek dari budaya organisasi dan sistem penghargaan dapat mencapai potensi maksimal ketika karyawan memiliki keterlibatan emosional dan psikologis yang mendalam dalam pekerjaan mereka, yang sering disebut sebagai *employee engagement*. Tingkat loyalitas yang tinggi di antara karyawan berkontribusi pada kinerja yang lebih optimal, pertumbuhan penjualan yang lebih besar, serta tingkat absensi yang lebih rendah, dengan demikian *employee engagement* memiliki peran penting dalam kesuksesan perusahaan. Semakin kuat rasa loyalitas karyawan terhadap perusahaan, semakin tinggi pula tingkat *employee engagement* dan rasa tanggung jawab mereka terhadap pekerjaan. (Rustikarini, 2021)

Tabel 1.3 Research Gap

No.	Nama Penulis	Judul	Isu	Pengaruh
1.	Susetyowati Sofia, Rahmin Muhammad, Agilistya Rahayu, Rokhimah (2024)	Pengaruh Komitmen Organisasi dan Budaya Organisasi terhadap Loyalitas Karyawan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa budaya organisasi memiliki dampak positif terhadap loyalitas karyawan di PT. Pelni Persero Cabang Sorong.	Signifikan
2.	Darmawan, Nurdin, Ria Estiana (2021)	Analisis Budaya Organisasi Terhadap Loyalitas Karyawan Pada Lembaga Pendidikan Rumah Tahfidz Fie Dzhilalil Qur'an (RTQ)	Hasil berdasarkan penelitian ini menampakan bahwa budaya organisasi mempunyai imbas yg positif & signifikan terhadap <i>variable</i> loyalitas karyawan pada Lembaga Pendidikan Rumah Tahfidz Fie Dzhilalil Qur'an (RTQ).	Signifikan
3.	Messi Agmasari, Epsilandri Septyarini (2023)	Pengaruh Lingkungan Kerja, Kompensasi, dan Budaya Organisasi terhadap Loyalitas Kerja Karyawan PT Antar Lintas Sumatera di Yogyakarta	Loyalitas karyawan PT. Antar Lintas Sumatera ternyata tidak terpengaruh secara signifikan oleh budaya organisasi.	Tidak Signifikan

4.	Puspita Ningrum, Wulan Purnamasari (2022)	Pengaruh Gaya Kepemimpinan Dan Budaya Organisasi Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Kerja Karyawan	Penelitian ini menampakan bahwa budaya organisasi juga nir mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas karyawan PT Arga Beton Indah Kabupaten Gresik.	Tidak Signifikan
5.	Kholidatul Imaniyah, Muhamad Aziz Firdaus, Syahrums Agung (2022)	Pengaruh <i>Reward</i> Dan <i>Punishment</i> Terhadap Loyalitas Karyawan PT. Anugrah Mitra Investa	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>reward</i> memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas karyawan di PT. Anugrah Mitra Investa.	Signifikan
6.	Tresia Karli Kawulur, William A. Areros, Riane J. Pio (2018)	Pengaruh <i>Reward and Punishment</i> Terhadap Loyalitas Karyawan di PT. Columbia Perdana Cabang Manado	Berdasarkan hasil uji t, terungkap bahwa <i>reward</i> memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap loyalitas karyawan di PT. Columbia Perdana Cabang Manado.	Signifikan
7.	Selina Ashilah Zein, Lia Nirawati (2024)	Pengaruh <i>Reward</i> Kerja, Motivasi Kerja, dan Kepuasan Kerja terhadap Loyalitas Karyawan Divisi <i>Marketing</i> Pada PT. Pilar Bangun Kencana Surabaya	<i>Reward</i> kerja yang diterima secara parsial tidak memiliki dampak signifikan terhadap loyalitas karyawan di divisi <i>marketing</i> PT. Pilar Bangun Kencana Surabaya.	Tidak Signifikan
8.	Indri Rut Lalisang, Rita N Taroreh, Genita G Lumintang (2022)	Pengaruh Motivasi Kerja, <i>Reward</i> Dan <i>Punishment</i> Terhadap Loyalitas Pegawai Pada PT. PLN (PERSERO) UP 3 Tahuna ULP Tagulandang	<i>Reward</i> dan <i>punishment</i> memiliki dampak negatif yang signifikan terhadap loyalitas pegawai di PT. PLN (Persero) UP 3 Tahuna ULP Tagulandang.	Tidak Signifikan

Berdasarkan tabel 1.3 di atas terkait dengan *Research Gap*, beberapa penelitian menunjukkan bahwa *Organizational Culture* berpengaruh positif terhadap *Employee Loyalty* (Sofia *et al.*, 2024) dan (Darmawan *et al.*, 2021). Selain itu, hasil dari penelitian lain (Agmasari & Septyarini, 2022) dan (Ningrum & Purnamasari, 2022) mendapatkan hasil bahwa Budaya Organisasi tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Karyawan. Dalam penelitian (Imaniyah *et al.*, 2022) dan (Kawulur *et al.*, 2018) menunjukkan hasil positif antara *Reward* dengan *Employee Loyalty*, sementara hasil penelitian (Zein & Nirawati, 2023) dan (Lalisang *et al.*, 2022) menyatakan sebaliknya atau tidak signifikan.

Untuk mengatasi permasalahan dan menjawab kesenjangan variabel lain yang terkait dengan loyalitas karyawan, penulis mengintegrasikan variabel mediasi *Employee Engagement* dalam penelitian ini. Tujuannya adalah untuk mendalami bagaimana keterlibatan karyawan dapat memperkuat hubungan antara budaya organisasi dan penghargaan terhadap loyalitas karyawan di My Kopi O! Bekasi. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi baik secara praktis maupun akademis dengan memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas karyawan, serta bagaimana keterlibatan karyawan dapat memperkuat hubungan antara budaya organisasi, penghargaan, dan loyalitas.

Penelitian ini mengembangkan studi terdahulu dengan menambahkan variabel mediasi *employee engagement* dalam hubungan antara *organizational culture* dan *reward* terhadap *employee loyalty*. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang hanya meneliti pengaruh langsung, penelitian ini mengkaji bagaimana keterlibatan karyawan memperkuat pengaruh budaya organisasi dan penghargaan terhadap loyalitas karyawan, khususnya di industri makanan dan minuman pada satu *outlet* My Kopi O! di Bekasi. Pendekatan ini memberikan kontribusi baru dengan menghadirkan pemahaman kontekstual yang lebih spesifik, sekaligus memperkaya literatur terkait loyalitas karyawan dalam bisnis F&B di Indonesia.

2. KAJIAN LITERATUR

Organizational Culture

Budaya organisasi, atau *Organizational Culture* yang inklusif dan transparan membantu menciptakan lingkungan di mana karyawan merasa dihargai dan dilibatkan. Cameron & Quinn (2006) menjelaskan bahwa budaya organisasi yang kuat dapat meningkatkan stabilitas dan kemampuan beradaptasi perusahaan, sehingga mempengaruhi komitmen dan loyalitas karyawan (Ardebilpour *et al.*, 2024). Menurut Umi, (2015:02) dalam (Sofia *et al.*, 2024) Budaya organisasi merupakan seperangkat norma dan nilai yang dirancang dan diterapkan oleh sebuah perusahaan untuk membentuk karakteristik dan perilaku organisasi. Hal ini bertujuan untuk memandu karyawan dalam menyelesaikan tugas secara tepat waktu serta mendukung mereka dalam mencapai tujuan organisasi.

Budaya Organisasi menurut Muchlas (2005:531) dalam (Krisnaldy *et al.*, 2019) budaya organisasi adalah budaya merujuk pada pola budaya yang diidentifikasi atau dikembangkan oleh sebuah kelompok untuk menghadapi hambatan terkait penyesuaian dengan lingkungan eksternal dan penyatuan internal, yang telah terbukti berhasil diatasi. Mas'ud, (2004) dalam (Hendra, 2020) mendefinisikan budaya organisasi sebagai kumpulan makna, Nilai-nilai dan keyakinan bersama dalam sebuah organisasi berfungsi sebagai panduan perilaku sekaligus pembeda dari organisasi lain. Selain itu, budaya organisasi menjadi identitas utama yang dijaga dan diwariskan oleh organisasi.

Menurut Robbins (2006) dalam (Pratama & Elistia, 2020) menyatakan bahwa budaya organisasi sering kali diartikan sebagai pemahaman bersama yang dianut oleh para anggota organisasi. Budaya ini tercipta melalui berbagai pola kepercayaan, simbol, ritual, dan mitos yang berkembang seiring waktu, berperan sebagai pengikat yang menyatukan organisasi. Secara keseluruhan, budaya dapat dimaknai sebagai hasil interaksi kebiasaan-kebiasaan yang membentuk perilaku kelompok dalam lingkungan mereka.

Faktor-Faktor Budaya Organisasi

Luthans (1995) dalam (Sesariza, 2020) berdasarkan apa yang dinyatakan bahwa elemen-elemen utama dari budaya organisasi meliputi:

- (1) Aturan perilaku
- (2) Norma
- (3) Nilai-nilai utama
- (4) Filsafat
- (5) Kebijakan
- (6) Budaya organisasi

Indikator Budaya Organisasi

Dalam (Adiawaty, 2020) menyebutkan bahwa indikator budaya organisasi meliputi:

- a) Ketepatan penyelesaian masalah.
- b) Peningkatan hasil kerja yang berkelanjutan.
- c) Pendayagunaan sumber daya manusia secara maksimal.
- d) Kekompakan tim dalam pelaksanaan pekerjaan.
- e) Kemampuan bersaing dalam melaksanakan tugas.

Reward

Dalam dunia manajemen, *reward* atau penghargaan merupakan salah satu strategi untuk meningkatkan motivasi kerja dan loyalitas karyawan. Pendekatan ini berfungsi mengaitkan tindakan atau perilaku seseorang dengan rasa senang dan kebahagiaan, yang pada akhirnya mendorong individu untuk mengulangi perilaku positif tersebut, selain itu *reward* bertujuan untuk memotivasi seseorang agar lebih bersemangat dalam meningkatkan atau memperbaiki pencapaian yang telah. (Imaniyah *et al.*, 2022)

Menurut Kawulur dkk (2018) dalam (Lalisang *et al.*, 2022) *reward* adalah bentuk penghargaan yang diberikan kepada seseorang sebagai pengakuan atas apa yang telah mereka lakukan. Penghargaan ini merupakan wujud apresiasi yang layak, sekaligus ungkapan rasa terima kasih dan perhatian. Dalam konteks manajemen *reward* digunakan sebagai salah satu cara efektif untuk meningkatkan motivasi kerja dan loyalitas karyawan.

Fungsi dan Tujuan Reward

Menurut Handoko (2003: 55) dalam (Saleh & Mardiana, 2021) mengemukakan beberapa fungsi *reward* sebagai berikut:

1. Memperkuat motivasi buat memacu diri supaya mencapai prestasi.
2. Memberikan prediksi bagi seseorang yang mempunyai kemampuan lebih.
3. Bersifat Universal.

Indikator Reward

Menurut Echolas dan Shadly (2005:485) dalam (Lalisang *et al.*, 2022) indikator *reward* dapat berupa:

- a. Gaji
- b. Insentif
- c. Tunjangan
- d. Penghargaan Interpersonal
- e. Promosi

Employee Loyalty

Menurut (Lumiu *et al.*, 2019) Loyalitas, atau sikap kesetiaan, adalah tindakan yang ditunjukkan seseorang melalui pelayanan dan tanggung jawab dengan memberikan perilaku terbaik. Dalam menjalankan tugas kerja, karyawan tidak dapat dipisahkan dari sikap loyalitas dan etos kerja. Dengan demikian, loyalitas mendorong karyawan untuk menjalankan tugasnya dengan baik, selanjutnya menurut Altanchimeg dan Sarantuya (2018) dalam (Naufalia *et al.*, 2022) menyebutkan bahwa loyalitas karyawan adalah komitmen dan kemampuan individu atau karyawan untuk mematuhi, menjalankan, dan mengimplementasikan aturan-aturan perusahaan dengan kesadaran penuh dan rasa tanggung jawab, tanpa adanya paksaan dalam melaksanakan pekerjaannya secara keseluruhan.

Faktor-Faktor Loyalitas Karyawan

Menurut Runtu (2020:27) dalam (Darmawan, 2020) menyebutkan faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas karyawan, yaitu:

1. Karakteristik individu
2. Ciri-ciri pekerjaan
3. Desain organisasi perusahaan
4. Pengalaman yang diperoleh selama pekerjaan.

Indikator Loyalitas Karyawan

(Mubin *et al.*, 2022) menyatakan Beberapa aspek dan sikap loyalitas karyawan yang berfokus pada pelaksanaan pekerjaan dibangun dan dibentuk melalui beberapa indikator loyalitas karyawan, yaitu:

- (1) Bangga sebagai karyawan perusahaan;
- (2) Mematuhi peraturan;
- (3) Memiliki tanggung jawab;
- (4) Memiliki masa kerja yang lebih lama.

Sedangkan menurut Saydam (2008:485) dalam (Darmawan *et al.*, 2021), indikator loyalitas kerja adalah sebagai berikut:

1. Ketaatan dan kepatuhan, ketaatan merujuk pada kesediaan seorang karyawan untuk mematuhi semua peraturan yang berlaku, mengikuti instruksi dari pimpinan yang berwenang, serta menjaga agar tidak melanggar aturan yang telah ditetapkan.
2. Tanggung jawab mencerminkan kemampuan seorang karyawan untuk menyelesaikan tugas yang diberikan dengan baik dan tepat waktu, serta kesediaan untuk menanggung risiko atas keputusan atau tindakan yang diambil.
3. Pengabdian adalah kontribusi berupa pemikiran dan tenaga yang diberikan dengan tulus kepada perusahaan atau organisasi.
4. Kejujuran merupakan kesesuaian antara apa yang diucapkan atau dilakukan dengan kenyataan yang ada.

Employee Engagement

Employee engagement (Keterlibatan karyawan) Komitmen emosional karyawan terhadap organisasi dan tujuannya mencerminkan kepedulian yang mendalam terhadap pekerjaan serta perusahaan mereka. Komitmen ini menunjukkan bahwa karyawan tidak hanya bekerja demi mendapatkan gaji atau promosi, tetapi juga karena mereka mendukung dan terlibat dalam pencapaian tujuan organisasi. (Yusuf, 2019) dalam (Marsal, 2023).

Mengutip dari (Sadilla & Wahyuningtyas, 2023) *Employee engagement* merupakan hubungan yang saling terhubung antara kinerja perusahaan dan kontribusi karyawan, karena perusahaan hanya dapat berfungsi melalui

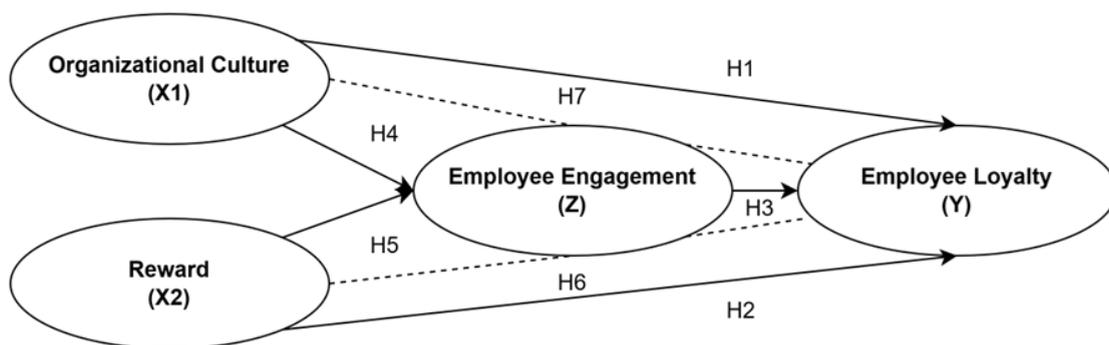
peran aktif karyawannya. Pamungkas (2018) mendefinisikan *employee engagement* sebagai didefinisikan sebagai interaksi dua arah antara pekerja dan pemberi kerja. Dalam (Shalahuddin, 2018) keterikatan karyawan atau sering disebut *Employee Engagement* keterikatan karyawan atau sering disebut *Employee Engagement* adalah adalah kondisi psikologis di mana karyawan merasa terdorong untuk berkontribusi pada kesuksesan perusahaan, serta memiliki motivasi dan keinginan kuat untuk berkinerja melebihi tanggung jawab yang menjadi kewajibannya. (Ajai Singh, *master trainer* Transformasi Indonesia).

Indikator *Employee Engagement*

Menurut Salam (2018) dalam (Erwina, 2020) *Employee Engagement* terdiri dari tiga dimensi atau indikator, yaitu:

- 1) *Vigor* (Semangat) merujuk pada energi atau semangat kerja karyawan dalam menyelesaikan tugas-tugas mereka di dalam suatu organisasi.
- 2) *Dedication* (Dedikasi) sebagai indikator dari *employee engagement* ditandai dengan perasaan penuh makna, antusiasme, inspirasi, kebanggaan, dan tantangan dalam pekerjaan. Individu dengan tingkat dedikasi yang tinggi cenderung sangat mengidentifikasi pekerjaan mereka, menjadikannya pengalaman yang bernilai, menginspirasi, dan menantang. (Schaufeli *et.al* dalam Salam, 2018).
- 3) *Absorption* atau keasikan ditandai dengan konsentrasi penuh dari karyawan, ketertarikan yang mendalam terhadap pekerjaan, serta merasa kesulitan untuk melepaskan diri dari pekerjaan yang sedang dijalankan.

Gambar 1.1 Model Kerangka Konseptual Penelitian



Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini yang berjudul “Pengaruh *Organizational Culture* dan *Reward* Terhadap *Employee Loyalty* dimediasi *Employee Engagement* pada My Kopi O!” adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Loyalitas Karyawan.

Budaya Organisasi memiliki dampak besar pada Loyalitas Karyawan, dan ini telah dibuktikan melalui studi yang dilakukan oleh (Sofia *et al.*, 2024), kemudian didukung juga oleh penelitian yang dilakukan (Darmawan *et al.*, 2021) dan (Hidayat & Sitio, 2022) yang juga mengungkapkan bahwa terdapat dampak positif dan signifikan antara Penerapan Budaya Organisasi dengan Loyalitas Karyawan.

H1 : Budaya Organisasi berpengaruh terhadap Loyalitas Karyawan Pada My Kopi O!

2. Pengaruh Reward Terhadap Loyalitas Karyawan.

Reward berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Karyawan, hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Imaniyah *et al.*, 2022) dan (Kawulur *et al.*, 2018) Keduanya menyebutkan hasil studi mereka bahwa *Reward* memiliki dampak yang signifikan pada Loyalitas Karyawan.

H2 : Reward berpengaruh terhadap Loyalitas Karyawan Pada My Kopi O!

3. Pengaruh *Employee Engagement* Terhadap Loyalitas Karyawan.

Employee Engagement berpengaruh positif terhadap Loyalitas Karyawan, hal ini didukung oleh hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Milisani *et al.*, 2024) dan (Abror *et al.*, 2020) dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa Keterlibatan Karyawan memiliki dampak positif dan penting terhadap Kesetiaan Karyawan.

H3 : *Employee Engagement* berpengaruh terhadap Loyalitas Karyawan Pada My Kopi O!

4. Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap *Employee Engagement*.

Budaya Organisasi berpengaruh signifikan terhadap *Employee Engagement*, pernyataan tersebut didukung oleh penelitian yang telah dilakukan oleh (Nuswantoro, 2021) dan (Marsal, 2023) dari hasil studi menunjukkan bahwa Budaya Organisasi memiliki dampak positif pada *Employee Engagement*.

H4 : Budaya Organisasi berpengaruh terhadap *Employee Engagement* Pada My Kopi O!

5. Pengaruh Reward Terhadap *Employee Engagement*.

Reward berpengaruh signifikan terhadap *Employee Engagement*, pernyataan ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Sadilla & Wahyuningtyas, 2023) dan (Nelson & Kurnaedi, 2024) yang juga sama menyatakan *Reward* berpengaruh signifikan terhadap *Employee Engagement*.

H5 : *Reward* berpengaruh terhadap *Employee Engagement* Pada My Kopi O!

6. Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Loyalitas Karyawan Dengan Mediasi *Employee Engagement*.

Budaya Organisasi terbukti memiliki dampak yang baik dan berarti terhadap Loyalitas Karyawan, hal ini diperkuat oleh studi yang telah dilakukan oleh (Sofia *et al.*, 2024), kemudian penelitian yang dilakukan oleh (Nuswantoro, 2021) Penelitian menunjukkan bahwa Budaya Organisasi memiliki pengaruh positif terhadap *Employee Engagement*. Selanjutnya, *Employee Engagement* yang tinggi berkontribusi signifikan terhadap Loyalitas Karyawan. Temuan ini menguatkan hipotesis yang telah diajukan (Milisani *et al.*, 2024).

H6 : Budaya Organisasi berpengaruh tidak langsung terhadap Loyalitas Karyawan melalui mediasi *Employee Engagement* Pada My Kopi O!

7. Pengaruh *Reward* Terhadap Loyalitas Karyawan Dengan Mediasi *Employee Engagement*.

Reward dinyatakan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas karyawan, hal ini didukung oleh penelitian yang telah dilakukan oleh (Imaniyah *et al.*, 2022), kemudian *Reward* berpengaruh positif dengan *Employee Engagement* didukung dengan penelitian oleh (Sadilla & Wahyuningtyas, 2023) yang menyatakan *Reward* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Employee Engagement*, kemudian hipotesis ini juga didukung oleh penelitian (Abror *et al.*, 2020) yang menyatakan *Employee Engagement* berpengaruh positif terhadap Loyalitas Karyawan.

H7 : *Reward* berpengaruh tidak langsung terhadap Loyalitas Karyawan melalui mediasi *Employee Engagement* Pada My Kopi O!

3. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengumpulkan data yang terukur dan bersifat objektif. Penelitian ini dilaksanakan di My Kopi O! yang terletak di Kota Bekasi. Pengumpulan data dilakukan melalui survei dengan menyebarkan kuesioner yang dirancang dengan indikator sesuai untuk setiap variabel yang diteliti.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan yang bekerja di My Kopi O! yang berlokasi di satu outlet Bekasi, yang berjumlah 52 orang. Penarikan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling* diperoleh sebanyak 50 responden. Jumlah sampel tersebut dinilai representatif karena hampir mencakup seluruh populasi yang ada sehingga hasil penelitian ini dapat menggambarkan kondisi karyawan My Kopi O! Bekasi secara keseluruhan. Pemilihan ini dilakukan dengan mempertimbangkan karyawan yang memiliki pengalaman relevan terkait budaya organisasi, sistem *reward*, dan loyalitas karyawan, guna memastikan data yang diperoleh sesuai dengan tujuan penelitian.

Jenis Data

Penelitian ini menggunakan dua jenis data yaitu, Data Primer dikumpulkan melalui kuesioner dari 50 responden untuk mendapatkan informasi tentang budaya organisasi, *reward*, *employee engagement*, dan loyalitas karyawan. Data Sekunder berasal dari sumber terpercaya seperti publikasi, jurnal, artikel ilmiah, laporan perusahaan, dan data statistik terkait penelitian.

Analisis Data

Analisis data penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *software SmartPLS* versi 3.0. *SmartPLS* digunakan untuk memprediksi hubungan yang mungkin terjadi antar variabel serta menghubungkan teori yang ada untuk menjelaskan apakah terdapat hubungan antara variabel laten, yang merupakan variabel yang tidak dapat diukur secara langsung. Setelah data diperoleh analisis dilakukan untuk mengetahui apakah ada hubungan antara variabel dependen dan independen, apakah hubungan tersebut bersifat positif atau negatif, serta untuk mengidentifikasi nilai regresi dari variabel dependen ketika nilai variabel independen mengalami penurunan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil

UJI VALIDITAS

Uji validitas dilakukan dengan 50 responden untuk memastikan bahwa setiap indikator pada variabel mampu merepresentasikan variabel laten secara akurat. Validitas diukur menggunakan nilai *outer loading*, dengan kriteria bahwa nilai indikator harus lebih dari 0,7 agar dinyatakan valid dan mampu mengukur variabel laten secara memadai. Hasil ini menunjukkan bahwa tidak semua indikator yang digunakan dalam penelitian memenuhi syarat validitas, sehingga diperlukan evaluasi untuk meningkatkan kualitas indikator yang tidak valid.

a) *Outer Loading*

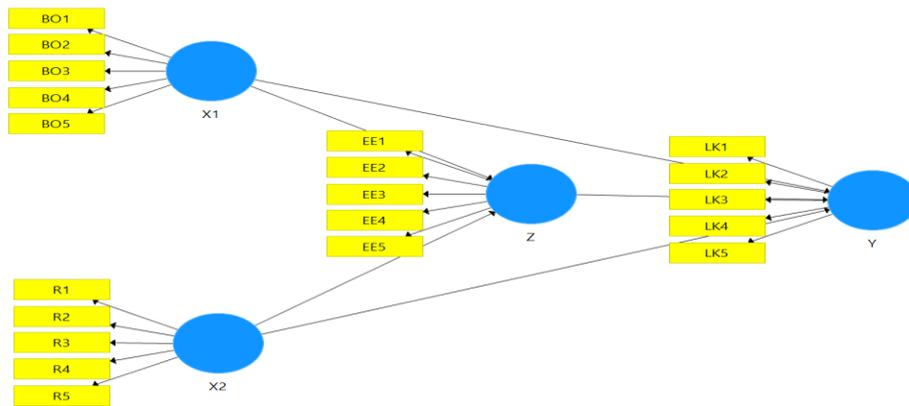
Tabel 2.1 *Outer Loading*

<i>Variable</i>	<i>Indicator</i>	<i>Outer Loading</i>	<i>Validity</i>
Budaya Organisasi	BO1	0,666	Invalid
	BO2	0,459	Invalid
	BO3	0,754	Valid
	BO4	0,722	Valid
	BO5	0,758	Valid
<i>Employee Engagement</i>	EE1	0,624	Invalid
	EE2	0,658	Invalid
	EE3	0,881	Valid
	EE4	0,772	Valid
	EE5	0,623	Invalid
Loyalitas Karyawan	LK1	0,733	Valid
	LK2	0,305	Invalid
	LK3	0,753	Valid
	LK4	0,766	Valid
	LK5	0,750	Valid
<i>Reward</i>	R1	0,578	Invalid
	R2	0,777	Valid
	R3	0,729	Valid
	R4	0,659	Invalid
	R5	0,799	Valid

Berdasarkan tabel 2.1 menunjukkan hasil analisis *outer loading* yang digunakan untuk mengevaluasi validitas indikator terhadap variabel yang diukur. Sebuah indikator dinyatakan valid jika nilai *outer loading* $< 0,7$. Berdasarkan tabel, beberapa indikator pada variabel Budaya Organisasi (BO1, BO2) dan *Reward* (R1, R4) tidak valid karena memiliki nilai di bawah 0,7. Begitu pula dengan beberapa indikator pada variabel *Employee Engagement* (EE1) dan Loyalitas Karyawan (LK3). Sebaliknya indikator-indikator lainnya seperti BO3, BO4, dan BO5 serta indikator-indikator pada variabel lain yang memiliki nilai lebih dari 0,7, dinyatakan valid dan mampu merepresentasikan variabel yang diukur secara memadai. Hal ini menunjukkan perlunya perbaikan terhadap indikator-indikator yang tidak valid agar model pengukuran menjadi lebih akurat.

b) *Structural Equation Modeling*.

Gambar 2.1 *Figure Outer Loadings*



UJI REABILITAS

Uji reabilitas dilakukan terhadap 50 responden untuk menilai konsistensi indikator dalam mengukur variabel laten yang sama. Reliabilitas diuji menggunakan dua pendekatan utama, yaitu *composite reliability* dan *cronbach's alpha*. Sebuah variabel dianggap reliabel jika nilai *composite reliability* dan *cronbach's alpha* $> 0,7$. Hal ini menunjukkan bahwa indikator-indikator pada masing-masing variabel dapat memberikan hasil pengukuran yang konsisten dan dapat diandalkan, dengan demikian model pengukuran yang digunakan memiliki tingkat reliabilitas yang baik meskipun beberapa indikator perlu dievaluasi lebih lanjut untuk meningkatkan validitasnya.

Tabel 2.2 Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
<i>Organizational Culture</i>	0,706	0,738	0,808	0,464
<i>Reward</i>	0,755	0,771	0,836	0,509
<i>Employee Loyalty</i>	0,698	0,752	0,805	0,469
<i>Employee Engagement</i>	0,763	0,795	0,840	0,517

Berdasarkan tabel 2.2 Uji Reliabilitas menunjukkan hasil pengujian konsistensi internal dan validitas konstruk menggunakan *Cronbach's Alpha*, *rho_A*, *Composite Reliability (CR)*, dan *Average Variance Extracted (AVE)*. Nilai *Cronbach's Alpha* seluruh variabel mendekati atau $< 0,7$, kecuali *Employee Loyalty* (0,698) yang sedikit di bawah batasan. Nilai *rho_A* seluruh variabel sudah memenuhi kriteria reliabilitas ($\geq 0,7$). Selain itu, nilai *Composite Reliability* juga menunjukkan hasil yang baik dengan nilai di atas 0,7 untuk semua variabel, namun pada pengujian validitas konvergen menggunakan *AVE*, hanya variabel *Reward* (0,509) dan *Employee Engagement* (0,517) yang memenuhi kriteria minimum ($\geq 0,5$), sedangkan Budaya Organisasi (0,464) dan *Employee Loyalty* (0,469) masih di bawah batas. Hal ini menunjukkan bahwa indikator-indikator variabel tertentu perlu diperiksa untuk meningkatkan validitas konvergen.

UJI HIPOTESIS

Pengujian hipotesis dilakukan pada nilai koefisien dari setiap arah pengaruh dalam bentuk pengaruh langsung, tidak langsung, dan total. Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji t, yang membandingkan nilai probabilitas (sig t) dengan tingkat uji penelitian ($\alpha = 0,05$).

Tabel 2.3 Uji Hipotesis

Variabel	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
	0,390	0,392	0,210	1,855	0,064

<i>Organizational Culture (X1) → Employee Loyalty (Y)</i>					
<i>Oganizational Culture (X1) → Employee Engagement (Z)</i>	0,154	0,185	0,159	0,966	0,335
<i>Reward (X2) → Employee Loyalty (Y)</i>	0,260	0,242	0,183	1,419	0,157
<i>Reward (X2) → Employee Engagement (Z)</i>	0,630	0,619	0,144	4,369	0,000
<i>Employee Engagement (Z) → Employee Loyalty (Y)</i>	0,271	0,296	0,125	2,159	0,031

Berdasarkan tabel 2.3 Uji Hipotesis :

1. Pengaruh *Organizational Culture* terhadap *Employee Loyalty* memperlihatkan nilai *T-Statistic* sebanyak 1,855 menggunakan *P-Values* 0,064, karena nilai $T < 1,96$ & $P > 0,05$, interaksi ini nir signifikan secara statistik dalam taraf signifikansi 5%. Hasil ini sejalan dengan penelitian (Agmasari & Septyarini, 2022).
2. Artinya, budaya organisasi tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas karyawan. Pengaruh *Organizational Culture* terhadap *Employee Engagement* memiliki nilai *T-Statistic* sebanyak 0,966 menggunakan *P-Values* 0,335, karena nilai $T < 1,96$ dan $P > 0,05$ interaksi tadi pula nir signifikan, berarti budaya organisasi nir berpengaruh signifikan terhadap keterlibatan karyawan.
3. Pengaruh *Reward* terhadap *Employee Loyalty* mempunyai nilai *T-Statistic* sebanyak 1,419 menggunakan *P-Values* 0,157, karena nilai $T < 1,96$ dan $P > 0,05$ interaksi ini nir signifikan, sebagai akibatnya *reward* ini mempunyai efek pribadi yg signifikan terhadap loyalitas karyawan. Hasil ini sejalan dengan penelitian (Imaniyah *et al.*, 2022).
4. Pengaruh *Reward* terhadap *Employee Engagement* memberitahukan nilai *T-Statistic* sebanyak 4,369 menggunakan *P-Values* 0,000, karena nilai $T > 1,96$ & $P < 0,05$, maka interaksi ini signifikan secara statistik. Artinya, *reward* mempunyai efek positif yg signifikan terhadap keterlibatan karyawan. Hasil ini sejalan dengan penelitian (Sadilla & Wahyuningtyas, 2023).
5. Pengaruh *Employee Engagement* terhadap *Employee Loyalty* menampakan nilai *T-Statistic* sebanyak 2,159 menggunakan *P-Values* 0,031, karena nilai $T > 1,96$ & $P < 0,05$, interaksi ini signifikan, menampakan bahwa keterlibatan karyawan mempunyai dampak yg signifikan terhadap loyalitas karyawan. Hasil ini sejalan dengan penelitian (Milisani *et al.*, 2024).
6. Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa variabel *Reward* dan *Employee Engagement* berperan penting dalam meningkatkan loyalitas karyawan, sedangkan *Organizational Culture* memiliki pengaruh lemah.

Hasil hipotesis menunjukkan bahwa budaya organisasi memiliki dampak signifikan pada komitmen karyawan. Ini konsisten dengan teori Robbins (2018), dengan mengatakan bahwa lingkungan kerja di mana nilai-nilai bersama didukung mengarah pada partisipasi emosional yang lebih tinggi, selain itu penghargaan menunjukkan dampak pada pengetahuan Herzberg tentang pentingnya motivasi penting dan eksternal pada dampaknya pada kesetiaan dan kesetiaan. Namun, dampak hadiah pada kesetiaan melalui komitmen karyawan yang lebih besar menunjukkan bahwa partisipasi karyawan adalah kunci untuk membangun kesetiaan serta penghargaan. Temuan ini penting dalam konteks industri F&B, yang memiliki tingkat penjualan yang tinggi.

5. KESIMPULAN

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengevaluasi pengaruh budaya organisasi dan kompensasi terhadap loyalitas karyawan, dengan keterikatan karyawan sebagai variabel mediasi. Sebanyak 50 responden dari My Kopi O! survei Bekasi dipilih secara acak. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan metode *Partial Least Square* (PLS) dengan menggunakan *SmartPLS* versi 3.0. Penelitian menunjukkan :

1. Budaya perusahaan tidak memiliki pengaruh langsung dan signifikan terhadap loyalitas atau keterikatan karyawan.
2. Kompensasi memiliki pengaruh signifikan terhadap keterikatan karyawan, tetapi tidak memberikan dampak langsung terhadap loyalitas.
3. Keterlibatan karyawan mempunyai dampak yang signifikan terhadap retensi karyawan, hal ini menunjukkan bahwa keterlibatan karyawan merupakan faktor penting dalam membangun loyalitas.

Oleh karena itu, penelitian ini menyarankan agar perusahaan sebaiknya memprioritaskan strategi untuk meningkatkan keterlibatan karyawan melalui penghargaan yang efektif untuk meningkatkan loyalitas. Budaya organisasi yang lebih adaptif juga harus dipertimbangkan untuk mendorong keterlibatan dan loyalitas yang lebih tinggi.

Rekomendasi dan saran untuk My Kopi O! Bekasi :

1. Merancang program peningkatan *employee engagement*, seperti pelatihan pengembangan diri, forum aspirasi karyawan, atau pengakuan atas pencapaian secara terbuka.
2. Menyesuaikan sistem *reward* agar lebih transparan dan berbasis kinerja aktual, secara individu maupun tim.
3. Mengevaluasi kembali budaya organisasi yang ada agar lebih adaptif terhadap kebutuhan generasi muda (terutama Gen Z) yang cenderung menghargai fleksibilitas, partisipasi, dan penghargaan non-material.
4. Meningkatkan komunikasi internal yang dua arah serta membangun suasana kerja yang kolaboratif dan suportif.

Rekomendasi ini diharapkan dapat membantu manajemen My Kopi O! dalam menciptakan lingkungan kerja yang lebih kondusif, sehingga loyalitas karyawan dapat meningkat secara berkelanjutan.

REFERENSI

- Abror, A., Patrisia, D., Syahrizal, S., Sarianti, R., & Dastgir, S. (2020). *Self-efficacy, employee engagement, remuneration and employee loyalty in higher education: The role of satisfaction and Ocb*. *International Journal of Advanced Science and Technology*, 29(3), 5456–5470.
- Adiawaty, S. (2020). Susi Adiawaty : “ Dimensi dan Indikator Kepemimpinan dan Budaya Organisasi yang ... ” 351. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 23(3), 1–7.
- Agmasari, M., & Septyarini, E. (2022). Pengaruh Lingkungan Kerja, Kompensasi, dan Budaya Organisasi terhadap Loyalitas Kerja Karyawan PT Antar Lintas Sumatera di Yogyakarta. *Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 5(3), 667–677. <https://doi.org/10.47467/reslaj.v5i3.1670>
- Annisa, N., Husnurrofiq, H., & Kadir, A. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Caffe Titik Koma Banjarmasin. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 3(2), 297–314. <https://doi.org/10.36908/jimpa.v3i2.226>
- Ardebilpour, M. A., Amoozegar, A., Kerry, P., & Falahat, M. (2024). *Impact of organizational culture on employee commitment: Mediating role of employee engagement and perceived organizational support*. *Journal of Infrastructure, Policy and Development*, 8(8), 1–21. <https://doi.org/10.24294/jipd.v8i8.4997>
- Choirunissa, F. (2023). Generasi Z: Si Kutu Lompat Minim Loyalitas Kerja. Kumparan.Com. <https://kumparan.com/farasifa-coirunissa/generasi-z-si-kutu-lompat-minim-loyalitas-kerja-21iswOpcKLu/2>
- Darmawan, F. (2020). Pengaruh Disiplin Kerja, Budaya Organisasi, Kepuasan Kerja, Dan Lingkungan Kerja Terhadap Loyalitas Kerja Karyawan (Studi Kasus Pada Karyawan PT. ACT Logistic International Wilayah Jakarta dan Surabaya). *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1*, 12(2004), 6–25.
- Darmawan, Nurdin, & Ria Estiana. (2021). Analisis Budaya Organisasi Terhadap Loyalitas Karyawan Pada Lembaga Pendidikan Rumah Tahfidz Fie Dzhalilil Qur'an (Rtq). *Jurnal Mitra Manajemen*, 5(1), 1–12. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v5i1.502>

- Erwina, E. (2020). Analisis *Employee Engagement* Melalui Dimensi *Vigor*, *Dedication* dan *Absorption* pada PT. Sumber Graha Sejahtera Di Kabupaten Luwu. *JEMMA (Journal of Economic, Management and Accounting)*, 3(2), 173. <https://doi.org/10.35914/jemma.v3i2.441>
- Hendra, H. (2020). Pengaruh Budaya Organisasi, Pelatihan Dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada Universitas Tjut Nyak Dhien Medan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(1), 1–12. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v3i1.4813>
- Hidayat, F., & Sitio, V. S. S. (2022). Pengaruh Motivasi Dan Budaya Organisasi Terhadap Loyalitas Karyawan Pada PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk (Alfamart) Area Rawalumbu, Kota Bekasi. *JIMEN Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen*, 3(1), 1–13. <http://lppm-unissula.com/jurnal.unissula.ac.id/index.php/cbam/article/view/172/148>
- Imaniyah, K., Firdaus, M. A., & Agung, S. (2022). Pengaruh *Reward* Dan *Punishment* Terhadap Loyalitas Karyawan Pt. Anugrah Mitra Investa. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 5(1), 9.
- Kawulur, T. K., Areros, W. A., & Pio, R. J. (2018). Pengaruh *Reward* and *Punishment* Terhadap Loyalitas Karyawan di PT. Columbia Perdana Cabang Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(2), 68–76.
- Krisnaldy, Pasaribu, V. L. D., & Senen. (2019). Pengaruh Budaya Organisasi, Lingkungan Kerja Dan Iklim Organisasi Terhadap Motivasi Pegawai Serta Dampaknya Terhadap Kepuasan Kerja. *Jurnal Ilmiah Semarak*, 2(2), 164–179.
- Lalisang, I. R., Taroreh, R. N., & Lumintang, G. G. (2022). Pengaruh Motivasi Kerja, *Reward* Dan *Punishment* Terhadap Loyalitas Pegawai Pada Pt. Pln (Persero) Up 3 Tahuna Ulp Tagulandang. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(4), 679–687. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/view/43837>
- Lumiu, C. A., Pio, R. J., & Tatimu, V. (2019). Pengaruh Karakteristik Pekerjaan, Pengembangan Karir Dan Kompensasi Terhadap Loyalitas Karyawan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(3), 93. <https://doi.org/10.35797/jab.9.3.2019.25518.93-100>
- Marsal, M. (2023). Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap *Employee Engagement* Pada PT. PLN (Persero) UP3 Kota Palopo. *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Terapan*, 1(2), 135–142.
- Melino, L. C., & Fahmi, M. (2019). Pengaruh Kepemimpinan, Kepuasan Kerja Dan Motivasi Kerja Terhadap Loyalitas Karyawan. 12.
- Milisani, M., Devi, N. K., & Naser, H. (2024). *Employee Engagement Mediation: Employee Performance Through Employee Loyalty and Organizational Commitment*. *International Journal of Science and Society*, 6(1), 168–184. <https://doi.org/10.54783/ijssoc.v6i1.1004>
- Mubin, N., Setyaningrum, Retno, P., & Rezeki, F. (2022). *Revealing the role of job involvement and employee loyalty as mediation variables: The effect of servant leadership on employee performance in plastic packaging International Journal of ...*, 4(3), 23–36. <https://www.bussecon.com/ojs/index.php/ijbes/article/view/349%0Ahttps://www.bussecon.com/ojs/index.php/ijbes/article/download/349/173>
- Naufalia, S., Darmawan, D., Jahroni, J., Anjanarko, T. S., Munir, M., & Arifin, S. (2022). Pengaruh *Quality of Work Life*, Total Kualitas Manajemen dan Stres Kerja terhadap Loyalitas Karyawan. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 2(4), 114–120. <https://doi.org/10.47065/jtear.v2i4.281>
- Nelson, A., & Kurnaedi, J. (2024). Pengaruh *Training and Development*, *Servant Leadership*, Dan *Reward* Terhadap *Employee Retention* Di Mediasi Oleh *Employee Engagement* Pada Restoran Di Kota Batam. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 11(1), 30–43. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v11i1.53094>
- Ningrum, P., & Purnamasari, W. (2022). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Dan Budaya Organisasi Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Kerja Karyawan. *IQTISHADEquity*, 4(2), 107–115.
- Nuswantoro, M. A. (2021). Pengaruh Dukungan Organisasi, Budaya Organisasi terhadap *Employee Engagement* yang berimplementasi pada Loyalitas Karyawan. *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 19(2), 102–111.
- Pratama, G., & Elistia, E. (2020). Analisis Motivasi Kerja, terhadap kinerja karyawan dimediasi kepuasan kerja. *Jurnal Ekonomi*, 11(2), 144–152.

- Rustikarini, R. D. (2021). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Dan Kepuasan Karyawan Terhadap Loyalitas Karyawan Melalui *Employee Engagement* Sebagai Variabel Mediasi. *JIMMU Jurnal Ilmu Manajemen*, 6(1), 94–107.
- Sadilla, V., & Wahyuningtyas, R. (2023). *the Effect of Reward and Recognition on Employee Engagement (Case Study At Pt. X Part Directorate H)*. *International Journal of Engineering Technologies and Management Research*, 10(8), 19–32. <https://doi.org/10.29121/ijetmr.v10.i8.2023.1352>
- Saleh, A., & Mardiana, A. (2021). Pemberian *Reward* Terhadap Peningkatan Motivasi Kerja Karyawan Dalam Perspektif Islam. *MUTAWAZIN (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 2(1), 1–14. <https://doi.org/10.54045/mutawazin.v2i1.233>
- Sesariza, D. A. (2020). Persoalan Budaya pada Organisasi Multinasional di Era Globalisasi. *Jurnal Universitas Merdeka Malang*, 2(1), 1–13.
- Shalahuddin, A. (2018). Pengaruh Kompetensi, Komitmen Organisasional dan *Employee Engagement* Terhadap Kinerja Pegawai PDAM Tirta Khatulistiwa Pontianak. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 7(3), 202. <https://doi.org/10.26418/jebik.v7i3.26875>
- Sofia, S., Muhammad, R., Rahayu, A., & Rokhimah, R. (2024). Pengaruh Komitmen Organisasi dan Budaya Organisasi terhadap Loyalitas Karyawan. *Lensa Ilmiah: Jurnal Manajemen Dan Sumberdaya*, 3(1), 14–19. <https://doi.org/10.54371/jms.v3i1.301>
- Zein, S. A., & Nirawati, L. (2023). Pengaruh *Reward* Kerja, Stres Kerja, Motivasi Kerja, dan Kepuasan Kerja terhadap Loyalitas Karyawan Divisi *Marketing* pada PT Pilar Bangun Kencana Surabaya. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(3), 3176–3190. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i3.5048>