PENGARUH REPUTASI PERUSAHAAN TERHADAP KOMUNIKASI VISUAL, PERILAKU DAN BUDAYA PERUSAHAAN

Studi Kasus Pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah
Metro Madani, LAMPUNG

Disusun Oleh:

AJENG ANTIKA MELLENIA NUGRAHENI

2119 31072

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI

YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA

YOGYAKARTA

JANUARI

2023

TUGAS AKHIR

PENGARUH REPUTASI PERUSAHAAN TERHADAP KOMUNIKASI VISUAL, PERILAKU DAN BUDAYA PERUSAHAAN STUDI KASUS PADA BANK PEMBIAYAAN RAKYAT SYARIAH METRO MADANI, LAMPUNG

Dipersiapkan dan disusun oleh:

AJENG ANTIKA MEELLINIA NUGRAHINI

Nomor Induk Mahasiswa: 211931072

telah dipresentasikan di depan Tim Penguji pada tanggal 16 Januari 2023 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S. M.)

Susunan Tim Penguji:

Pembimbing	Penguji
Bianka Andriyani, S.E., M.M.	Heni Kusumawati, S.E., M.Si.

Yogyakarta, 16 Januari 2023
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta
Ketua

Wisnu Prajogo, Dr., M.B.A.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui terkait pengaruh reputasi perusahaan terhadap komunikasi visual, perilaku, dan budaya perusahaan di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Lampung. Jenis penelitian tersebut menggunakan jenis kuantitatif. Teknik pengambilan data melakukan dengan cara menyebarkan kuisioner diambil data primer. Sampel dalam penelitian ini adalah karyawan bank pembiayaan rakyat syariah Lampung yang memiliki masa kerja satu tahun sampai dua tahun. Responden didapat dari penyebaran kuesioner ini sebanyak 100 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa reputasi perusahaan berpengaruh positif terhadap komunikasi visual, perilaku, reputasi tidak ada pengaruhnya terhadap budaya perusahaan.

Kata kunci: Reputasi Perusahaan, Komunikasi Visual, Perilaku, Budaya Perusahaan.

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ABSTRACK

This study aims to find out about the influence of company reputation on communication and visual identy, behavior, and corporate culture at the Bank Financing People's Syariah Lampung. This type of research uses a quantitative type. The data collection technique is carried out by distributing questionnaires to take primary data. The sample in this study were Bank employees in Lampung who had worked for two years or more than one year. Respondents obtained from distributing this questipnnaire were 100 respondents.

This analystis technique uses multiple linear regression analystis using the SPSS (Structural Package For the Social Sciences) program. The research result obtained are that company reputation has a positive effect on communication and visual identy, behavior, and corporste culture among employees.

Keywords: *Corporate Reputation, Communication and visual identy, Behavior, Corporate Culture*.

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

PENDAHULUAN

Indonesia negara terbesar dengan penduduk muslim di dunia, banyak masyarakat muslim membuka tabungan dan menjadi nasabah melalui bank-bank salah satunya adalah bank yang berbentuk syariah. Salah satunya adalah Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Metro Madani Lampung. Pertumbuhan usaha BPRS Metro Madani ini berkelanjutan dapat menjadikan sangat perubahan besar salahsatu lembaga yang sangat maju, pesat, dan bermartabat. Jenis lembaga keuangan BPRS Metro Madani ini digunakan misi dan visi Syariah Islam dalam pekerjaan secara operasional.

Lembaga keuangan yang kegiatan utamanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa bank lainnya. Bank syariah secara umum adalah lembaga keuangan yang usaha pokok memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lain dalam lalu lintas pembiayaan serta peredaran uang yang beroperasi disesuaikan dengan prinsip-prinsip Syariah (Heri Sudarsono, 2003). Dengan halini pasal 1 Undang – Undang Nomor 21 Tahun 2008, bahwa bank adalah badan usaha yang menghimpun dana masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat. Dengan demikian bank Syariah merupakan bank yang memiliki kegiatan usaha berdasarkan dua macam prinsip syariah yaitu Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.

Fakta empiris dapat menunjukkan oleh kedua bank yaitu konvensial dan syariah melakukan institusi keuangan yang melayani kebutuhan masyarakat Indonesia. Bank Umum Syariah tidak terfokus dalam tujuan

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

komersial dengan pencapaian keuntungan, akan tetapi ada tujuan yang memberikan kesejahteraan secara meluas bagi masyarakatdengan sifat tolong menolong, sehingga memiliki prinsip bagi penghasilan, serta memberi pinjaman kebijakan bagi yang nasabah sangat rendah dan lemah. Dalam tahun 2013, Umam menganalisis Umam kontribusi untuk turut serta dalam mewujudkan kesejahteraan tersebut merupakan peran bank syariah dalam pelaksanaan fungsi sosialnya. Sedangkan tujuan bank konvensial lebih terfokus pada keuntungan materiil dengan sistem bunga yang ditentukan, sehingga tidak mengenal kerugian pihak lain.

Orientasi kebersamaan adalah yang menjadikan bank syariah mampu tampil sebagai alternatif sistem suku bunga yang selama ini hukumnya halal maupun haram yang di ragukan oleh rakyat muslim. Dalam tahun 2004, Sumirto menganalisis lembaga yang keberadaannya lebih baru dari pada bank-bank konvensional lainnya, bank syariah ini menghadapi pemasalahan baik yang melekat pada aktivitas maupun pelaksanaannya.

Salah satu lembaga perbankan memiliki kontribusi yang menjadikan dasar ekonomi rakyat dengan prinsip yaitu BPRS Metro Madani. Bahkan bank tersebut memiliki prioritas terhadap rakyat yang mayoritas kaum muslim. Masyarakat dapat memberikan suatu pengharapan besar dengan mendapatkan hadiah fasilitas dari bank pembiayaan Metro Madani, semakin dipercaya dan tetap sehat. Dengan cara mempertahankan reputasi perusahaan yang dapat mempengaruhi menstabilkan perusahaan. Reputasi dapat dijadikan sebagai faktor yang wajib diperhatikan oleh pihak bank dianggap sebagai sangat penting oleh nasabah mempercayai dana mereka miliki dikelola oleh bank Syariah Indonesia. Semakin sangat baik reputasi

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

yang dimiliki dari pandangan nasabah, maka akan semakin kuat keputusan yang diambil oleh nasabah menabung di bank.

Rumusan Masalah

Penelitian dapat merumuskan masalah dengan penjelasan latar belakang:

1. Apakah terdapat pengaruh reputasi perusahaan terhadap komunikasi visual di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Metro Madani Lampung?
2. Apakah terdapat pengaruh reputasi perusahaan terhadap perilaku di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Metro Madani Lampung?
3. Apakah terdapat pengaruh reputasi perusahaan terhadap Budaya perusahaandi Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Metro Madani Lampung?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka peneliti memiliki tujuan:

1. Untuk menghitung dan menganalisis pengaruh reputasi perusahaan terhadap komunikasi visualdi Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Metro Madani Lampung.
2. Untuk menghitung dan menganalisis pengaruh reputasi perusahaan terhadap perilaku di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Metro Madani Lampung.
3. Untuk menghitung dan menganalisis pengaruh reputasi perusahaan terhadap budaya perusahaandi Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Metro Madani Lampung.

Kontribusi Penelitian

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Hasil penelitian ini memberikan kontribusi tentang mengevaluasi staf karyawan. Dengan penelitian ini berfokus mendefinisikan reputasi perusahaan dengan terjalin komunikasi visual, perilaku, dan budaya perusahaan yang dimiliki dalam diri seseorang karyawan agar staf karyawan dapat berkomunikasi dengan karyawan yang lain selain itu, melayani nasabah dengan baik.

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

TINJAUAN TEORI DAN HIPOTESIS

Pengertian Identitas dan Reputasi Perusahaan

Identitas perusahaan merupakan suatu cara atau hal yang kemungkinan suatu perusahaan dikenal dan dibedakan dari perusahaan-perusahaan lain/ Identitas perusahaan salah satu organisasi yang digunakan untuk mengklarifikasikan diri sendiri kepada orang-orang dengan cara komunikasi. Identitas perusahaan di dalamnya mencakup simbol, perilaku , dan komunikasi yang dijalankan perusahaan. Reputasi atau citra dapat mendefinisikan sebagai serangkaian gambar yang berada dalam benak atau dipikiran seseorang. Contoh citra dapat merubah kekurangan faktor negatif, jika tidak dapat dukungan kemampuan yang dimiliki atau keadaan sebenarnya.

Pengertian Komunikasi Visual

Komunikasi visual dapat melalui penglihatan merupakan serangkaian penyampaian pesan berada simbol atau gambar informasi dengan orang lain serta ditangkap oleh komunikan yang mudah bisa dibaca oleh indra penglihatan. Komunikasi visual ini memiliki contoh yaitu lambang, gambar, tipografi, desain grafis dan seni. Dari suatu campuran elemen desain grafik contoh dari komunikator, efisiensi, bahkan estetika dalam menjadikan media yang menampilannya cukup menarik perhatian serta media yang komunikasi secara efektif agar dapat mengapresiasikan kepada orang lain yaitu konsep dari komunikasi visual.

Pengertian Perilaku

Perilaku adalah suatu kecenderungan seseorang yang bertindak terhadap seseorang atas sesuatu dengan cara tertentu. Perilaku tersebut dapat berfungsi dari individu dan lingkungan sekitar. Perilaku Kerja adalah suatu tindakan yang

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

nyata dan kemampuan kerja dalam melaksanakan bagian tugas masing-masing mereka bekerja.

Pengertian Budaya Perusahaan

Budaya adalah secara umum yang dipegang dan keyakinan, sikap, dan nilai yang relatif stabil dalam organisasi. Penyelesaian masalah yang telah ditemukan dilanjutkan kepada generasi berikutnya sehingga saling berkesinambungan. Budaya perusahaan dapat mendefinisikan merencanakan dengan pola berpikir (*collective programming mind*) di bedakan dengan anggota-anggota dari suatu kelompok dengan suatu budaya yang lainnya. Pada giliran pola pikir memiliki kesamaan yang akan meningkatkan sikap mental para anggota kelompok. Pola pikir ini mendasarihanya di dalam pikiran individu yang kemudian dialami kristalisasi dan memiliki bentuk.

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh reputasi perusahaan terhadap komunikasi visual

Hipotesis 1 : Reputasi Perusahaan berpengaruh positif terhadap Komunikasi Visusal

Pengaruh reputasi perusahaan terhadap perilaku

Hipotesis 2 : Reputasi perusahaan berpengaruh positif terhadap perilaku

Pengaruh reputasi perusahaan terhadap budaya perusahaan

Hipotesis 3 : Reputasi perusahaan berpengaruh positif terhadap budaya perusahaan.

METODOLOGI PENELITIAN

Ruang Lingkup Penelitian

Menurut unit analisis, lokasi, dan waktu penelitian dilakukan, Penelitan tersebut menggunakan stafkaryawan sebagai subyek penelitian. Staf karyawan

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

yang dijadikan sebagai subyek penelitian tersebut yaitu staf karyawan yang berada di daerah Lampung, baik dalam staf karyawan di Metro, Lampung tengah, Lampung timur, dan Lampung selatan yang sudah bekerja 1-2 tahun. Penelitian ini dilakukan pada hari rabu, 7 desember 2022.

Sampel dan Data Penelitian

Populasi Penelitian

Populasi dalam penelitian ini berfokus kepada tenaga kerja yang bertugas bagian divisi. Populasi adalah secara umum keseluruhan data yang di sebuah area dan waktu telah ditentukan oleh seorang peneliti yang menjadi pusat perhatian dalam penelitiannya.

Sampel Penelitian

Menurut Arikunto (2013), menyatakan sampel adalah suatu bagian jumlah dan karakteristik atau wakil dari populasi yang diteliti. Sampel dalam penelitian ini memiliki criteria di mana karyawan yang sudah bekerja 1-2 tahun baik yang berada di Lampung Madani yang termasuk karyawan tetap.

Sumber Data

Alat yang digunakan untuk mendapatkan sumber data primer dengan menggunkan kuesioner online berupa *google form* akan dibagikan kepada responden yang bekerja sebagai anggota karyawan BPRS Metro Madani menggunakan fasilitas media sosial yaitu *whatsapp*.

Teknik Pengumpulan Data

Untuk mempermudah dan memperlancar penelitian ini melalui instrumen penelitian dengan menggunakan penyebaran kuesioner. Kuesioner ini digunakan untuk mendapatkan informasi sesuai kebutuhan penelitian berupa

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

jawaban dari pertanyaan-pertanyaan yang diajukan oleh peneliti tentang komunikasi visual, perilaku, budaya perusahaan.

Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Variabel Penelitian

Ada empat macam variabel yakni variabel *independen*, variabel *dependen*, variabel moderator, dan variabel *interving*. Penelitian ini menggunakan dua macam variabel yaitu variabel *independen*, dan variabel *dependen*.

1. Variabel Independen (X)

Variabel ini dapat mempengaruhi variabel dependen disebut juga (terikat), reputasi perusahaan (X)

Variabel Dependen (Y)

Variabel ini dapat mempengaruhi mengakibatkan adanya variabel independen yaitu yaitu komunikasi visual (Y1), perilaku (Y2), budaya perusahaan (Y3).

Definisi Operasional

Variabel independen

Reputasi perusahaan

Reputasi perusahaan yaitu pendapat para konsumen mengenai kualitas yang yang dihasilkan oleh perusahaan yang diukur, yaitu:

1. Citra positif terhadap perusahaan
2. Mengetahui pesaingnya yaitu mengenal siapa kompetitor
3. Dikenal secara meluasya ituterkenal sebagai perusahaan yang disiplin, menjalan misi dan visi tepat waktu
4. Mempermudahkan untuk mengingat yaitu menyimpan di memori pikiran

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Variabel Dependen

Komunikasi Visual

1. Mengembangkan visi bersama perusahaan dalam organisasi
2. Membangun dan memelihara kepercayaan pada kepemimpinan organisasi
3. Memulai dan mengelola proses perubahan, dan
4. Memberdayakan dan memotivasi karyawan.

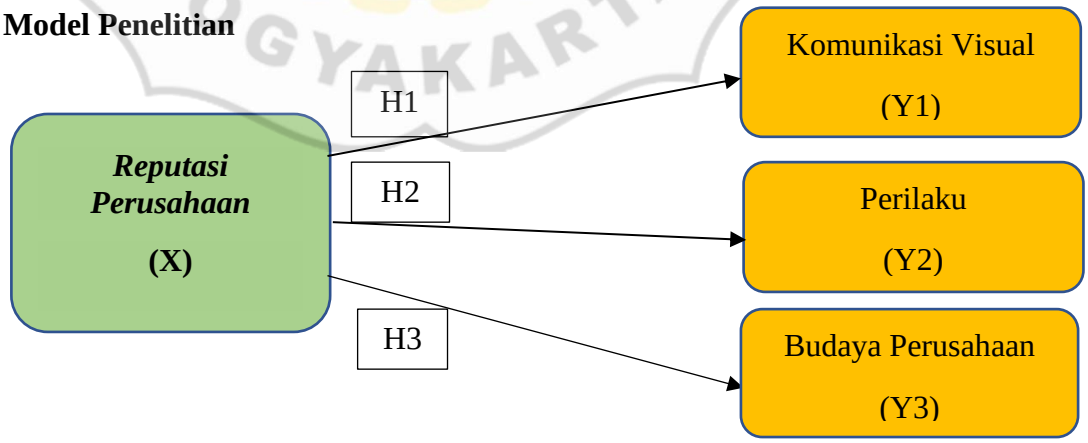
Perilaku

Perilaku merupakan suatu aktivitas seseorang terhadap diri sendiri yang memiliki tantanganyang luas sebagai berikut berbicara, berjalan, tertawa, menangis, kuliah tertawa, bekerja, mengajar, menulis, membaca, dan lain-lain.

Budaya Perusahaan

Budaya perusahaan diartikan budaya ini berlaku dalam organisasi yang melaksanakan aktivitas perusahaan. Pemakaian nama secara umum di dalam perusahaan terdapat bentuk kelompok yakni bekerja sama antara sebagian anggota membentuk sebuah organisasi.

Model Penelitian



Gambar 1. Model Penelitian

Teknik Analisis Data

Uji Reliabilitas

Uji Validitas

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Uji Signifikasi Pengaruh Parsial (Uji t)

Uji Sinifikani F (Uji F)

Koefisien Determinasi (R2)

PENGUMPULAN DATA DAN ANALISIS HASIL

Pengumpulan Data

Data Responden

Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	42	41,6
Perempuan	58	58,4
Total	100	100,0

Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
25-30	47	57,4
31-35	24	23,8
36-40	13	12,9
41-50	6	5,9
Total	100	100,0

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Usia	Jumlah	Persentase
19-25	47	42,7
26-30	38	34,5
31-35	16	14,5
36-40	3	2,7
41-45	6	5,5
Total	100	100,0

Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Pengujian validitas menggunakan *correlate bivariate pearson*. Dikatakan valid apabila nilai signifikansi < dari taraf signifikansi 5%.

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Reputasi Perusahaan

Item	Korelasi	Signifikan	Keterangan
X1	.509	.004	Valid
X2	.370	.004	Valid
X3	.492	.006	Valid
X4	.424	.020	Valid
X5	.417	.022	Valid
X6	.655	000	Valid
Total X	1	0	Valid

Tabel 4.5 Hasil Uji Variabel Komunikasi Visual

Item	Korelasi	Nilai sig.	Keterangan
Y1.1	.357	.002	Valid
Y1.2	.462	,002	Valid
Y1.3	.546	.000	Valid
Y1.4	.520	.006	Valid
Y1.5	.350	.015	Valid
Y1.6	.536	.000	Valid
Y1.7	.428	.003	Valid
Y1.8	.503	.000	Valid
Total Y1	1	0	Valid

Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Perilaku

Item	korelasi	Nilai Sig.	Keterangan
Y2.1	.582	.001	Valid
Y2.2	.449	.013	Valid
Y2.3	.520	.003	Valid
Y2.4	.500	.005	Valid
Y2.5	.417	.022	Valid
Total Y2	1	0	Valid

Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Budaya Perusahaan

Item	Korelasi	Nilai Sig	Keterangan
Y3.1	.759	.000	Valid
Y3.2	.531	.003	Valid
Y3.3	.558	.001	Valid
Y3.4	.480	.007	Valid
Y3.5	.219	.002	Valid
Y3.6	.162	.001	Valid
Total Y3	1	0	Valid

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Hasil Pengujian Reliabilitas

Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	*Cronbach alpha*	Keterangan
X	0,770	**Reliabel**
Y1	0,770	**Reliabel**
Y2	0,770	**Reliabel**
Y3	0,760	**Reliabel**

Uji hipotesis (uji T)

Tabel 4.9 Hasil Uji T

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14.472	3.743		3.866	.000
	Reputasi Perusahaan	.778	.138	.496	5.654	.000

a. Dependent Variable: Komunikasi visual

Tabel 4.10 Hasil Uji T

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.837	2.442		3.619	.000
	Reputasi Perusahaan	.670	.090	.603	7.473	.000

a. Dependent Variable: Perilaku

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Tabel 4.11 Hasil Uji T

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	17.756	3.470		5.116	.000
	Reputasi Perusahaan	.084	.128	.066	.656	.513

a. Dependent Variable: Budaya Perusahaan

Tabel 4.12 Perbandingan Hasil T hitung dan T tabel

Variabel	T Hitung		T Tabel	Keterangan
X terhadap Y1	5.654	>	1,6	Berpengaruh
X terhadap Y2	7.473	>	1,6	Berpengaruh
X terhadap Y3	.656	<	1,6	Tidak berpengaruh

Berdasarkan hasil uji T Hipotesis 1 menyatakan bahwa reputasi perusahaan (X) berpengaruh terhadap komunikasi visual (Y1) dapat diterima, karena nilai T hitung 5.654 > dari T tabel 1,6. Berdasarkan hasil uji T Hipotesis 2 menyatakan bahwa reputasi perusahaan (X) berpengaruh terhadap perilaku (Y2) dapat diterima, karena nilai T hitung 7.473 > dari T tabel 1,6. Berdasarkan hasil uji T Hipotesis 3 menyatakan bahwa reputasi perusahaan berpengaruh terhadap budaya perusahaan (Y3) tidak dapat diterima, karena nilai T hitung .656 < dari T tabel 1,6.

4Uji F

Uji simultan (uji F) yaitu uji guna mengetahui apakah semua variabel bebasnya secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikatnya.

Tabel 4.13 Uji Simultan (Uji F)

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	119.003	1	119.003	31.970	.000[b]
	Residual	364.787	98	3.722		
	Total	483.790	99			

a. Dependent Variable: pengaruh RP terhadap Y1.

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

b. Predictors: (Constant), pengaruh reputasi perusahaan X

Tabel 4.14 Uji Simultan (Uji F)

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	88.447	1	88.447	55.852	.000[b]
	Residual	155.193	98	1.584		
	Total	243.640	99			

a. Dependent Variable: pengaruh RP terhadap P

b. Predictors: (Constant), pengaruh reputasi perusahaan X

Tabel 4.15 Uji Simultan (Uji F)

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.347	1	1.347	.439	.509[b]
	Residual	300.493	98	3.066		
	Total	301.840	99			

a. Dependent Variable: pengaruh RP terhadap BP

a. Predictors: (Constant), pengaruh Reputasi Perusahaan X

Tabel 4.16 Tabel Perbandingan Fhitung dan Ftabel

Variabel	**F Hitung**		**F Tabel**	**Keterangan**
X terhadap Y1	31,97	>	3,07	Berpengaruh
X terhadap Y2	55,852	>	3,07	Berpengaruh
X terhadap Y3	0,430	<	3,07	Tidak berpengaruh

Maka dari hasil uji F simultan variabel reputasi perusahaan (X) berpengaruh terhadap komunikasi visual (Y1), variabel reputasi perusahaan (X) berpengaruh terhadap perilaku (Y2), akan tetapi variabel reputasi perusahaan (X) tidak berpengaruh terhadap budaya perusahaan (Y3).

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Uji R

Tabel 4.17 Hasil Uji R atau koefisien Determinasi (R2)
Uji R^2 untuk X

Uji R^2untuk Y1

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.496[a]	.246	.238	1.92933

a. Predictors: (Constant), TOTAL_X

Uji R^2untuk Y2

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.603[a]	.363	.357	1.25841

a. Predictors: (Constant), TOTAL_X

Uji R^2untuk Y3

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.066[a]	.004	-.006	1.78866

a. Predictors: (Constant), TOTAL_X

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Berdasarkan ketiga tabel diatas menunjukkan bahwa:

a. Nilai R square sebesar 0,072, dapat diartikan bahwa variabel reputasi perusahaan (X) secara simultan berpengaruh terhadap variabel komunikasi visual (Y1) sebesar 0,72 %.

b. Nilai R square sebesar 0,363, dapat diartikan bahwa variabel reputasi perusahaan (X) secara simultan berpengaruh terhadap variabel variabel perilaku (Y2) sebesar 3,63%.

c. Nilai R square sebesar 0,004, dapat diartikan bahwa variabel reputasi perusahaan (X) secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen budaya perusahaan (Y3) sebesar 0,04%.

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

KESIMPULAN IMPLISIT DAN SARAN

Kesimpulan

1. Reputasi perusahaan berpengaruh positif terhadap komunikasi visual. Hal ini menunjukkan bahwa semakin reputasi perusahaan tersebut baik, maka tingkat komunikasi dan identitas visual perusahaan juga semakin baik.
2. Reputasi perusahaan berpengaruh positif terhadap perilaku. Hal ini menunjukkan bahwa semakin reputasi perusahaan tersebut baik, maka staf karyawan juga akan memiliki perilaku yang baik, ramah dan sopan terhadap nasabah lama maupun baru.
3. Reputasi perusahaan kurang berpengaruh terhadap budaya perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat reputasi perusahaan yang baik maupun kurang baik tidak akan mengubah budaya perusahaan tersebut.

Implikasi

Setelah menyelesaikan penelitian ini, maka peneliti ingin memberikan sesuatu untuk para staf karyawan bahwa reputasi perusahaan sangatlah penting berpengaruh dan mendorong untuk kehidupan sehari-hari dalam komunikasi visual, perilaku, dan budaya perusahaannya.

Pentingnya seorang direktur bank memahami kemampuan karyawannya sehingga dapat mengevaluasi kembali kelebihan dan kelemahan mereka. Dan staf karyawan dapat mengkonfirmasikan dan memberi pendapat dari nasabah dalam mereka bekerja. Bahkan dapat memperlakukan nasabah dengan berperilaku baik, ramah serta memprioritaskan nasabah. Dengan hal ini sangat membantu dan memperhatikan karyawan untuk lebih melayani nasabah dengan baik.

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Saran

Adapun saran dalam penelitian ini diharapkan penelitian selanjutnya indikator lainnya dalam variabel terikat harapnnya supaya lebih menyiapkan dan lebih lengkap dalam pembuatan pernyataan kuesionernya lebih memfokuskan pada beberapa wilayah.

DAFTAR PUSTAKA

Aepli M, Kuhn A, Schweri J. *Culture, norms, and the provision of training by employers: Evidence from the Swiss language border.Labour Econ*. 2021;73(September):102057. doi:10.1016/j.labeco.2021.102057

Atriana N. *pengaruh reputasi dan inovasi produk tabungan terhadap keputusan menabung pada Bank Syariah di Bandar Lampung (Studi pada mahasiswa perbankan Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung*. Published online 2017:15-68.

bank konvensional dan bank syariah - Penelusuran Google.

bankbsi.co.id. Tentang Kami - Informasi Perusahaan | Bank Syariah Indonesia. *Https://BankbsiCoId*. Published online 2021. https://www.bankbsi.co.id/company-information/tentang-kamiBank Syariah Metro Madani.

Cakhyaneu A, Puspitasari F, Tanuatmodjo H, Firmansyah. *Kinerja Bank Pembiayaan Rakyat Syariah berdasarkan Sharia Maqashid Index (Studi pada BPRS di Provinsi Jawa Barat Tahun 2016-2018*). *Ekspansi J Ekon Keuangan, Perbank dan Akunt*. 2020;12(2):307-324. doi:10.35313/ekspansi.v12i2.2210

Cattaneo CR, Rodríguez Y, Rene ER, García-Depraect O, Muñoz R. Biogas bioconversion into poly(3-hydroxybutyrate) by a mixed microbial culture in a novel Taylor flow bioreactor. *Waste Manag*. 2022;150(April):364-372. doi:10.1016/j.wasman.2022.07.017

Dan IV, Instrumen R, Spss D. TEORIONLINE PERSONAL PAPER No. 04/ J an-2014. 2014;12(04).

Garri M, Konstantopoulos N, Bekiaris M. Corporate Strategy, Corporate Culture & Customer Information. *Procedia - Soc Behav Sci*. 2013;73:669-677. doi:10.1016/j.sbspro.2013.02.104

Ghazali I. Uji Validitas dan Reliabilitas SPSS 15. *Book*. 2006;1(1):1.

Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS. 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Graham JR, Grennan J, Harvey CR, Rajgopal S. Corporate culture: Evidence from the field. *J financ econ*. 2022;146(2):552-593. doi:10.1016/j.jfineco.2022.07.008

Kurniawati L. Tinjauan Umum Tentang Bank Syariah. 2016;4(1):1-23.

Laura Christina Luzar, Monica. Peranan Komunikasi Visual bagi Identitas Perusahaan. *Humaniora*. 2013;4(1):528. doi:10.21512/humaniora.v4i1.3461

Maslihatin A, Riduwan. Analisis Kepatuhan Syariah pada Bank Syariah: Studi Kasus Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. *J Maps (Manajemen Perbank Syariah)*. 2020;4(1):27-35. doi:10.32627/maps.v4i1.193

Maulan TZ, Prabawa B. Perancangan Identitas Visual Dan Media Promosi Festival Masyarakat Peduli Danau Kerinci Visual Identity and Promotional Media Design. *eprodi S1 Desain Komun Vis Univ Telkom*. 2017;4(3):382-389.

Mohamad B, Hassan Abu Bakar &, Nik Adzrieman Abdul Rahman. Relationship Between Corporate Identity and Corporate Reputation: a Case of a Malaysian Higher Education Sector. *J Manaj Pemasar*. 2007;2(2). http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/mar/article/view/17006

Melewar TC. Facets of corporate identity, communication, and reputation. *Facet Corp Identity, Commun Reput*. Published online 2008:1-233. doi:10.4324/9780203931943

Metha Aryska. Pengaruh Reputasi Perusahaan dan Kualitas PelayananTterhadap Kepuasan Pasien. *J Chem Inf Model*. 2017;4(1):1-15.

Meutia KI, Husada C. Pengaruh Budaya Organisasi Dan Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan. *J Ris Manaj dan Bisnis Fak Ekon UNIAT*. 2019;4(1):119-126. doi:10.36226/jrmb.v4i1.246

Nugrahanti P, Tanuatmodjo H, Purnamasari I. Pengaruh Kecukupan Modal Terhadap Profitabilitas Pada Bank Umum Syariah. *J Bus Manag Educ*. 2018;3(3):136-144. doi:10.17509/jbme.v3i3.14317

Nofrianti A, Saraswati E. the Effect of Corporate Social Responsibility and Good. *Fak Ekon dan Bisnis*. Published online 2018:3.

O'Donnell NH. Storied Lives on Instagram: Factors Associated With the Need for Personal-Visual Identity. *Vis Commun Q*. 2018;25(3):131-142. doi:10.1080/15551393.2018.1490186

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Oktaviani F. Aktivitas Public Relations Dalam Menerapkan Budaya Perusahaan. *Expo J Ilmu Komun*. 2022;4(2):156. doi:10.33021/exp.v4i2.3382

Panggalo D. Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Pada Pt. Bank Sulselbar Cabang Utama Makassar. *J BISNIS KEWIRAUSAHAAN*. 2020;9(1):40-52. doi:10.37476/jbk.v9i1.810

Perda METRO No.5Tahun2016ttgRUANGTERBUKAHIJAU.pdf.

Prasetya W. Analisis Hubungan Budaya Perusahaan, kualitas Layanan dan Citra Perusahaan. *J METRIS*. 2021;22(01):37-48. doi:10.25170/metris.v22i01.2666

Prakosa NA. engaruh Motivasi Kerja dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Bank Syariah. *J Ultim Account*. 2011;3(2):44-63. doi:10.31937/akuntansi.v3i2.434

Rizali M, Warhat Z, Zebua E. Pengaruh Elemen-Elemen Desain Komunikasi Visual (DY1.) Box Art Game Terhadap Story Line Berdasarkan Persepsi Gamers Pada Video Game Populer Di Indonesia. *Gorga J Seni Rupa*. 2019;8(2):295. doi:10.24114/gr.v8i2.14700

Ramadhiansah I, Celsie Agustin I, Fauzi H, et al. PENGARUH BUDAYA ORGANISASI TERHADAP KINERJA KARYAWAN (Studi pada Karyawan Bank BRI Kantor Cabang Cianjur). *AKSELERASI J Ilm Nas*. 2020;2(3):44-55.

Ranti JA. UNIVERSITAS SUMATERA UTARA Poliklinik UNIVERSITAS SUMATERA UTARA. *J Pembang Wil Kota*. 2018;1(3):82-91.

Rizali M, Warhat Z, Zebua E. Pengaruh Elemen-Elemen Desain Komunikasi Visual (DY1.) Box Art Game Terhadap Story Line Berdasarkan Persepsi Gamers Pada Video Game Populer Di Indonesia. *Gorga J Seni Rupa*. 2019;8(2):295. doi:10.24114/gr.v8i2.14700

Rhesa Rahmayanti D. Implementasi Corporate Social Responsibility dalam Membangun Reputasi Perusahaan. *J ILMU Komun*. 2014;11(1):93-104. doi:10.24002/jik.v11i1.387

Sahertian P, Jawas U. Culture and excellent leaders: case of indigenous and non-indigenous Indonesian leaders. *Heliyon*. 2021;7(11):e08288. doi:10.1016/j.heliyon.2021.e08288

Singgih, Santoso. 2018. Mahir Statistika Parametrik, Jakarta: PT. Gramedia

Syafii LI, Thoyib A, Nimran U, Djumahir. The Role of Corporate Culture and Employee Motivation as a Mediating Variable of Leadership Style Related with the Employee Performance (Studies in Perum Perhutani).

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Procedia - Soc Behav Sci. 2015;211:1142-1147. doi:10.1016/j.sbspro.2015.11.152

Soedewi S. Identitas Visual pada Signage System di Pusat Perbelanjaan Metro Indah Mall. *J Ilm Desain Inter*. 2019;5(2):379-387. doi:10.34010/wcr.v5i2.2265

Tantri Yanuar Rahmat Syah. Perbedaan Pengaruh Citra Merek Dan Reputasi Perusahaan Terhadap Kualitas Produk, Nilai Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Di Pasar Bisnis. *J Ekon*. 2013;4 (2)(November):209-226.

Zikri KA. Berikut_ini_beberapa_Pengertian_Komunika.

Zulaikha S, Handayani. Bprs Metro Madani Cabang Kalirejo Lampung Tengah. *J Huk dan Ekon Syari"ah*. 2014;02:42.

repository.stieykpn.ac.id