

The role of internal brand management organizational identification and work engagement on organizational citizenship behavior = Peran manajemen merek internal identifikasi organisasi dan keterlibatan kerja terhadap perilaku kewarganegaraan organisasi

Annistya Oedaya, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20495784&lokasi=lokal>

Abstrak

Industri penerbangan tidak lagi dipandang sebagai industri transportasi belaka. Industri ini telah berkembang menjadi bagian dari industri jasa. Dengan demikian, penting bagi perusahaan penerbangan untuk memiliki karyawan dengan pengetahuan merek yang mendalam sesuai untuk memberikan apa yang dijanjikan oleh merek tersebut. Manajemen merek internal akan bertindak sebagai alat bagi perusahaan untuk menginternalisasi nilai-nilai merek dan identitasnya kepada karyawannya. Manifestasi nilai-nilai dan identitas merek yang berakar dalam adalah karyawan yang mewarisi perilaku kewarganegaraan organisasi. Dalam studi ini, kita akan melihat variabel mana dalam konstruk manajemen merek internal yang memiliki pengaruh terbesar pada setiap dimensi perilaku kewarganegaraan organisasi, yang dimediasi oleh identifikasi organisasi dan keterlibatan kerja. Penelitian ini dilakukan di kantor pusat PT Garuda Indonesia Tbk dengan jumlah 319 karyawan tetap sebagai responden. Metode utama pengumpulan data dilakukan melalui survei menggunakan kuesioner. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan pemodelan persamaan struktural menggunakan perangkat lunak LISREL 8.80. Hasil penelitian menunjukkan bahwa di antara empat variabel yang membangun manajemen merek internal, kepemimpinan berorientasi merek pada level mikro memiliki pengaruh tertinggi pada perilaku kewarganegaraan organisasi terhadap organisasi dan individu. Juga ditemukan bahwa identifikasi organisasi secara parsial memediasi pengaruh komunikasi merek internal, sumber daya manusia yang berpusat pada merek, kepemimpinan berorientasi merek mikro dan kepemimpinan berorientasi merek makro terhadap keterlibatan kerja. Sedangkan keterlibatan kerja sepenuhnya memediasi pengaruh identifikasi organisasi pada perilaku kewargaan organisasi individu. Penelitian ini akan memperkaya penelitian akademik dalam manajemen merek internal khususnya dalam industri penerbangan.

.....

Airline industry is no longer seen as a mere transportation industry. It has evolved into part of service industry. Thus, it is important for airline company to have employees with deep brand knowledge accordingly to deliver what was promised by the brand. Internal brand management will act as the tool for company to internalize its brand values and identity to its employees. The manifestation of deeply rooted brand values and identity is employees which inherit organizational citizenship behavior. In this study, we would see which variables in the internal brand management construct that have the biggest influence on each dimension of organizational citizenship behavior, mediated by organizational identification and work engagement. This research was conducted at the head office of PT Garuda Indonesia Tbk with total of 319 permanent employees as the respondents. The primary method of data collection was done through a survey using questionnaire. The data obtained were analyzed using structural equation modeling using LISREL 8.80 software. The result showed that among four variables that construct internal brand management, micro level of brand-oriented leadership had the highest influence on both organizational citizenship behavior

towards organization and individual. It also found that organizational identification partially mediated the influenced of internal brand communication, brand-centered human resources, micro brand-oriented leadership and macro brand-oriented leadership on work engagement. While work engagement fully mediated the influence of organizational identification on organizational citizenship behavior individual. This research would enrich the academic research in internal brand management specifically in airline industry.