



Pengaruh Reputasi, Budaya Organisasi, dan Peluang Pengembangan Diri terhadap Loyalitas Atlet (Studi pada Klub Bola Basket Hangtuah Jakarta)

Muhammad Dhafa Pratama^{1*}, Zulvia Khalid²

¹⁻² Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Budi Luhur, Indonesia

E-mail: dhafa5303@gmail.com ^{1*}

Alamat: Jl. Ciledug Raya, RT.10/RW.2, Petukangan Utara, Kec. Pesanggrahan, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12260

**Penulis Korespondensi*

Abstract. *This study aims to examine the influence of reputation, organizational culture, and self-development opportunities on athlete loyalty. The sample in this research consists of all active athletes of Hangtuah Jakarta Basketball Club, totaling 60 individuals, selected using the total sampling method. Data were collected through the distribution of questionnaires developed using a Likert scale as the measurement tool. The data were analyzed with the help of SPSS version 22. The results of the study indicate that all three independent variables reputation, organizational culture, and self-development opportunities partially have a significant influence on athlete loyalty at Hangtuah Jakarta Basketball Club. Specifically, the analysis revealed that reputation significantly affects athlete loyalty, as athletes tend to stay loyal to organizations they believe hold a strong public image and credibility. Furthermore, organizational culture was found to play a critical role in fostering loyalty, with athletes expressing greater commitment when they feel aligned with the club's values and mission. Lastly, opportunities for self-development were also identified as a major determinant, as athletes who perceive the club as providing personal and professional growth are more likely to stay loyal. This study contributes valuable insights into how sports organizations can enhance athlete retention by focusing on these three key areas, thereby fostering long-term commitment and success. The findings are relevant for sports managers and organizations aiming to improve athlete engagement and loyalty in competitive sports environments.*

Keywords: *Athlete Loyalty; Basketball Club; Organizational Culture; Reputation; Self-Development*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh reputasi, budaya organisasi, dan kesempatan pengembangan diri terhadap loyalitas atlet. Sampel dalam penelitian ini terdiri dari seluruh atlet aktif Klub Basket Hangtuah Jakarta, berjumlah 60 orang, yang dipilih menggunakan metode total sampling. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner yang dikembangkan menggunakan skala Likert sebagai alat ukur. Data dianalisis dengan bantuan SPSS versi 22. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel independen reputasi, budaya organisasi, dan kesempatan pengembangan diri secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas atlet di Klub Basket Hangtuah Jakarta. Secara spesifik, analisis mengungkapkan bahwa reputasi secara signifikan memengaruhi loyalitas atlet, karena atlet cenderung tetap loyal kepada organisasi yang mereka yakini memiliki citra publik dan kredibilitas yang kuat. Lebih lanjut, budaya organisasi ditemukan memainkan peran penting dalam menumbuhkan loyalitas, dengan atlet mengekspresikan komitmen yang lebih besar ketika mereka merasa selaras dengan nilai-nilai dan misi klub. Terakhir, kesempatan untuk mengembangkan diri juga diidentifikasi sebagai penentu utama, karena atlet yang menganggap klub menyediakan pertumbuhan pribadi dan profesional lebih cenderung untuk tetap loyal. Studi ini memberikan wawasan berharga tentang bagaimana organisasi olahraga dapat meningkatkan retensi atlet dengan berfokus pada tiga area kunci ini, sehingga mendorong komitmen dan kesuksesan jangka panjang. Temuan ini relevan bagi manajer dan organisasi olahraga yang ingin meningkatkan keterlibatan dan loyalitas atlet dalam lingkungan olahraga kompetitif.

Kata kunci: Budaya Organisasi; Klub Bola Basket; Loyalitas Atlet; Pengembangan Diri; Reputasi

1. PENDAHULUAN

Industri olahraga profesional di Indonesia menunjukkan perkembangan yang pesat dalam beberapa tahun terakhir, terutama pada cabang olahraga bola basket. Kompetisi Indonesian Basketball League (IBL) terus mengalami peningkatan dari segi jumlah penonton, antusiasme penggemar, dan eksposur media, yang menandakan bahwa bola basket semakin digemari dan memiliki basis audiens yang kuat di tanah air (Alfario dan Kuswoyo, 2023). Fenomena ini membawa dampak signifikan terhadap dinamika pengelolaan klub, di mana kemenangan di lapangan saja tidak lagi cukup sebagai tolak ukur kesuksesan. Dalam lanskap persaingan yang semakin kompetitif, klub bola basket profesional kini dituntut untuk mengelola organisasi secara lebih strategis dan berkelanjutan. Salah satu aspek krusial yang harus diperhatikan adalah bagaimana menjaga dan membangun loyalitas para atletnya. Loyalitas atlet menjadi fondasi penting dalam mempertahankan performa tim, menciptakan stabilitas jangka panjang, serta membangun citra klub yang solid di mata publik dan sponsor (Salam dan Habibah, 2021).

Loyalitas atlet terhadap klub merupakan fondasi penting bagi stabilitas dan kesuksesan jangka panjang dalam dunia olahraga profesional. Atlet yang loyal tidak hanya menunjukkan performa optimal, tetapi juga memiliki keterikatan emosional dan komitmen jangka panjang terhadap klub tempat mereka bernaung. (Núñez-Barriopedro dkk., 2021). Di lain sisi, pada kenyataannya tingkat perpindahan pemain di Indonesian Basketball League (IBL) tergolong tinggi.

Hangtuah Jakarta adalah salah satu klub bola basket profesional yang tengah menjadi sorotan di IBL, bukan hanya karena sejarah panjangnya sejak 1995, tetapi juga karena transformasi identitas dan semangat barunya. Mengusung filosofi "*Silver Lining*," Hangtuah tampil sebagai simbol harapan dan kebangkitan setelah melewati musim-musim penuh tantangan. Klub ini kini memadukan talenta muda dengan pemain senior berpengalaman dalam satu harmoni yang mengusung semangat pantang menyerah dan kerja keras.

Terdapat berbagai faktor yang mampu meningkatkan loyalitas atlet, yang pertama ialah reputasi. Reputasi mencerminkan tingkat kepercayaan, penghargaan sosial, dan pengakuan yang diberikan oleh publik kepada suatu organisasi atas kredibilitas, integritas, dan keunggulannya (Iswadi dkk., 2024). Dalam konteks klub bola basket, reputasi bukan hanya ditentukan oleh prestasi di lapangan, tetapi juga merupakan hasil konstruksi yang kompleks antara identitas internal klub yakni bagaimana klub memandang dirinya sendiri dan citra eksternal, yaitu bagaimana klub dipersepsikan oleh pihak luar seperti penggemar, media, sponsor, serta komunitas olahraga (Hutasuhut dan Andayani, 2021). Reputasi yang kuat

biasanya dibangun melalui konsistensi kinerja, nilai-nilai profesionalisme yang dijunjung tinggi, serta hubungan emosional dan komunikasi yang baik antara klub dan para pemangku kepentingannya, termasuk para atlet.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Manus dkk., (2023) memperkuat pandangan ini, dengan hasil yang menunjukkan bahwa reputasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas atlet. Namun demikian, Novrianda dkk., (2023) misalnya, justru menemukan bahwa reputasi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas individu. Perbedaan temuan ini mengindikasikan bahwa pengaruh reputasi terhadap loyalitas atlet bersifat kontekstual dan diperlukan penelitian lebih lanjut untuk menjelaskan secara lebih mendalam.

Faktor selanjutnya yang diindikasikan mempengaruhi loyalitas atlet adalah budaya organisasi. Menurut Mangkunegara dalam Anggrainy dkk., (2024), budaya organisasi mencerminkan sistem nilai, norma, dan keyakinan yang tumbuh sebagai respons terhadap tekanan eksternal serta kebutuhan akan penyesuaian internal. Budaya organisasi berperan sebagai pedoman perilaku sehari-hari anggota dan menjadi fondasi dalam proses pengambilan keputusan yang selaras dengan pencapaian tujuan institusi. Dengan kata lain, budaya organisasi yang sehat dan terinternalisasi secara konsisten akan memperkuat rasa memiliki, meningkatkan keterikatan emosional, serta mendorong loyalitas atlet terhadap klub secara berkelanjutan (Irawan dan Wahyudi, 2025).

Studi terdahulu yang dilakukan oleh Widiyaniti dkk., (2023) memberikan dukungan terhadap pandangan bahwa budaya organisasi berperan penting dalam meningkatkan loyalitas, dengan temuan yang menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan. Sebaliknya, hasil berbeda diungkap oleh Agmasari dkk., (2023) yang menyatakan bahwa budaya organisasi tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas individu. Perbedaan hasil ini menunjukkan bahwa hubungan antara budaya organisasi dan loyalitas atlet sangat dipengaruhi oleh konteks tertentu, sehingga diperlukan eksplorasi lebih lanjut untuk memahami dinamika yang mendasarinya secara lebih komprehensif.

Faktor lainnya adalah peluang pengembangan diri. Puspanegara dkk., (2024) memaknai pengembangan diri sebagai lintasan posisi yang dilalui individu sepanjang hidupnya, mencerminkan dinamika dan progres dalam suatu organisasi. Sementara itu, Mangkunegara dalam Puspanegara dkk., (2024), menekankan bahwa pengembangan diri merupakan strategi manajerial yang bertujuan mendukung individu dalam merancang masa depan profesional mereka secara maksimal demi keberhasilan bersama antara organisasi dan personal. Oleh karena itu, ketika klub menyediakan peluang pengembangan diri yang luas dan terstruktur,

maka loyalitas atlet cenderung meningkat karena mereka merasa diperhatikan, dihargai, dan memiliki prospek jangka panjang yang menjanjikan di dalam klub.

Temuan terdahulu yang dilakukan oleh Febrianty dkk., (2025) mendukung argumen bahwa pengembangan diri berkontribusi secara positif dan signifikan terhadap peningkatan loyalitas atlet. Namun, hasil berbeda ditemukan dalam studi oleh Hidayattulloh dkk., (2024) yang menunjukkan bahwa pengembangan diri tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas individu. Ketidaksesuaian hasil tersebut mencerminkan adanya ketidakpastian dalam hubungan antara peluang pengembangan diri dan loyalitas atlet, sehingga diperlukan kajian lanjutan untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam dan menyeluruh mengenai fenomena ini.

Berdasarkan pentingnya peran loyalitas bagi atlet untuk sebuah klub dan masih adanya kesenjangan pada temuan terdahulu terkait pengaruh reputasi, budaya organisasi, dan peluang pengembangan diri terhadap loyalitas, maka diperlukan studi lebih lanjut terkait topik tersebut. Studi akan dilakukan pada Klub Bola Basket Hangtuah Jakarta sesuai dengan adanya fenomena yang terjadi dan telah dipaparkan di atas.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Loyalitas Atlet

Secara umum, loyalitas dapat dipahami sebagai hasil dari kepuasan kerja yang berkelanjutan yang berkembang ketika individu merasa bahwa organisasi tempat mereka bekerja menyediakan ruang dan kesempatan untuk pertumbuhan profesional (Sriwati dan Siswani, 2023). Tidak hanya sekadar merasa puas, individu juga akan menunjukkan loyalitas apabila mereka melihat adanya jalur karir yang terstruktur dan prospektif di dalam organisasi tersebut. Dalam konteks ini, loyalitas tidak muncul secara instan, melainkan melalui pengalaman kerja yang memfasilitasi pengembangan diri serta kejelasan dalam arah karier yang dapat dicapai. Peran organisasi dalam menciptakan lingkungan yang mendukung pembelajaran dan pertumbuhan menjadi sangat penting dalam menumbuhkan kesetiaan dari individu yang tergabung di dalamnya (Salam dan Habibah, 2021).

Loyalitas atlet merupakan keterikatan psikologis dan komitmen emosional atlet terhadap organisasi yang tercermin melalui kepuasan kerja, keterlibatan aktif, dan kontribusi nyata dalam mendukung tujuan serta keberlangsungan organisasi. Dalam praktiknya, loyalitas dari seorang atlet dapat dipahami sebagai komitmen jangka panjang seorang atlet terhadap klub, tim, pelatih, atau institusi olahraga, yang didasari oleh keseimbangan antara pertimbangan rasional, ikatan emosional, dan nilai-nilai spiritual yang dianutnya.

Reputasi

Definisi dari reputasi menurut Gaotsi dan Wilson merupakan hasil dari proses evaluasi menyeluruh yang dilakukan oleh seluruh pemangku kepentingan, baik internal maupun eksternal terhadap organisasi dalam kurun waktu tertentu (Hutasuhut dan Andayani, 2021). Pengertian lain disampaikan Millewicz, Herbig, dan Golden yang menegaskan bahwa reputasi organisasi juga merepresentasikan pengakuan atau penghargaan yang diperoleh sebagai akibat dari keunggulan-keunggulan yang dimiliki dan ditampilkan secara konsisten oleh organisasi tersebut (Riyadi dan Nurdin, 2021).

Sementara itu, Weiss melihat reputasi sebagai tingkat kepercayaan dan penghargaan sosial yang melekat pada organisasi dan tercermin dalam kepuasan serta pengakuan publik terhadap kredibilitas dan keunggulannya (Iswadi dkk., 2024). Dalam dunia olahraga profesional, termasuk klub bola basket, reputasi bukan hanya ditentukan oleh hasil pertandingan atau statistik kemenangan, tetapi juga oleh persepsi masyarakat terhadap nilai-nilai yang dibawa klub, seperti fair play, sportivitas, profesionalisme, dan pelayanan kepada komunitas.

Budaya Organisasi

Budaya Organisasi merujuk pada Edgar Schein dapat dipahami sebagai landasan filosofis yang membentuk arah kebijakan, pedoman interaksi antarindividu dalam lingkungan kerja, serta suasana atau iklim psikologis yang tercermin dalam tata kelola fisik organisasi (Anggrainy dkk., 2024). Filosofi ini bukan sekadar prinsip abstrak, melainkan menjadi kerangka normatif yang mengatur bagaimana individu berperilaku dan berhubungan satu sama lain dalam konteks struktur dan dinamika organisasi. Pendapat lain dari Stephen Robbins menyatakan bahwa budaya organisasi merupakan konstruksi perseptual kolektif, yakni sistem makna bersama yang dianut oleh para anggota organisasi (Anggrainy dkk., 2024).

Peluang Pengembangan Diri

Peluang pengembangan diri dalam pandangan terbatas dipahami sebagai upaya individu untuk memperoleh penghasilan, membangun keahlian profesional, dan meningkatkan posisi dalam pekerjaan, sementara dalam makna yang lebih luas, peluang pengembangan diri mencerminkan perjalanan hidup seseorang yang penuh makna dan pencapaian (Hamid dan Shaleha, 2021). Selain itu, Handoko dalam Sari dkk., (2023) menambahkan bahwa peluang pengembangan diri mencakup keseluruhan posisi dan peran yang dijalani seseorang sepanjang perjalanan profesionalnya.

Peluang pengembangan diri dapat dipahami sebagai suatu proses berkelanjutan yang mencakup perjalanan peran dan peningkatan kompetensi individu sepanjang hidupnya, yang dirancang untuk menciptakan sinergi antara tujuan pribadi dan tujuan organisasi. Dalam konteks klub bola basket, pengembangan diri tidak hanya berarti peningkatan performa atlet di lapangan, tetapi juga mencakup pembinaan karakter, pendidikan taktis, kesempatan naik tingkat (misalnya dari pemain junior ke senior), serta pelatihan kepemimpinan agar pemain dapat melanjutkan peran sebagai pelatih, manajer tim, atau bahkan duta klub di masa depan.

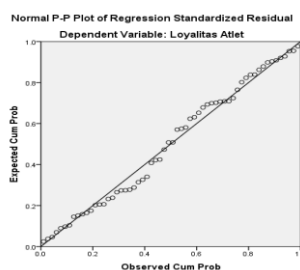
3. METODE PENELITIAN

Studi ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Dalam penelitian ini, populasi yang dijadikan subjek adalah seluruh atlet yang tergabung di Klub Basket Hangtuh yang berlokasi di Jakarta. Dalam penelitian ini digunakan teknik total sampling atau sampel jenuh, yaitu teknik pengambilan sampel di mana seluruh anggota populasi dijadikan sebagai responden. Total populasi dalam penelitian ini berjumlah 60 orang, sehingga seluruhnya dijadikan sebagai sampel dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini, data dikumpulkan melalui dua pendekatan utama. Pertama, kuesioner, yakni penyebaran angket tertutup secara daring kepada atlet Klub Hangtuh Jakarta, yang dirancang dalam bentuk tabel untuk memudahkan pemahaman responden. Kedua, studi kepustakaan, yaitu penelusuran literatur seperti buku, jurnal, dan dokumen perusahaan yang relevan sebagai sumber data sekunder.

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normlitas



Gambar 1. Grafik Normal P-P Plot.

Sumber: Output SPSS V. 22

Pada gambar 1 dilihat hasil *output* SPSS *Normal P-P Plot*, memperlihatkan bahwa distribusi dari titik-titik data menyebar disekitar garis diagonal dan penyebaran titik-titik data

searah dengan garis diagonal. Maka data pada variabel penelitian ini dapat dikatakan berdistribusi normal.

Uji normalitas juga dapat dilakukan dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Jika *Asymp. Sig (2-tailed)* > 0,05 maka data residual berdistribusi normal, sedangkan jika *Asymp. Sig (2-tailed)* < 0,05 maka data residual tidak berdistribusi normal. Hasil uji statistik One-Sample Kolmogorov-Smirnov dapat dilihat pada Tabel berikut ini:

Tabel 1. Hasil Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test (K-S).

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.68437925
Most Extreme Differences	Absolute	.084
	Positive	.084
	Negative	-.066
Test Statistic		.084
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Output SPSS V.22

Berdasarkan tabel 1 terlihat bahwa nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* sebesar 0,200 > 0,05. Dari hasil tersebut, dapat dikatakan bahwa data residual pada penelitian ini berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Tabel 2. Hasil Uji Multikolinearitas.

Coefficients ^a							
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance VIF
1	(Constant)	-15.543	3.947		-3.938	.000	
	Reputasi	.487	.232	.215	2.101	.040	.621 1.611
	Budaya Organisasi	.262	.113	.251	2.321	.024	.556 1.799
	Peluang Pengembangan Diri	.688	.177	.455	3.893	.000	.475 2.104

a. Dependent Variable: Loyalitas Atlet

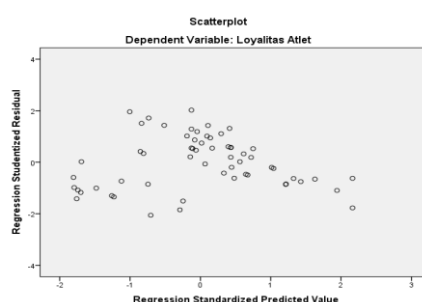
Sumber: Output SPSS.V22

Tabel 2 Menunjukkan bahwa nilai VIF dan nilai Tolerance masing-masing variabel sebagai berikut:

- a. Variabel Reputasi (X1)
Tolerance
: 0,621 > 0,1
VIF
: 1,611 < 10
- b. Variabel Budaya Organisasi (X2)
Tolerance
: 0,556 > 0,1
VIF
: 1,799 < 10
- c. Variabel Peluang Pengembangan Diri (X3)
Tolerance
: 0,475 > 0,1
VIF: 2,104 < 10

Hasil dari uji multikolinearitas masing-masing variabel independen pada tabel 4.19 menunjukkan bahwa nilai VIF kurang dari 10 dan nilai *tolerance* setiap variabel independen lebih dari 0,1 yang berarti dapat dikatakan bahwa penelitian ini terbebas dari masalah multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas



Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas.

Sumber: Output SPSS V. 22

Pada gambar 2 diatas, terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk satu pola tertentu yang jelas serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y, sehingga dapat dikatakan bahwa model regresi ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis Data Statistik

a. Analisis Koefisien Korelasi Sederhana

Tabel 3. Hasil Uji Korelasi *Pearson*.

Correlations			
		Reputasi	Loyalitas Atlet
Reputasi	Pearson Correlation	1	.613**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	60	60
Loyalitas Atlet	Pearson Correlation	.613**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	60	60

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Output SPSS V.22

Variabel Reputasi (X1) dengan Loyalitas Atlet (Y): (a) Berdasarkan tabel 4.20 koefisien korelasi antara Reputasi dengan Loyalitas Atlet sebesar 0,613, artinya kedua variabel memiliki hubungan yang kuat. (b) Korelasi antara Reputasi dengan Loyalitas Atlet jika dilihat dari nilai sig. sebesar $0,000 < 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa terdapat hubungan antara Reputasi dengan Loyalitas Atlet. Hasil Uji Korelasi *Pearson* disajikan dalam tabel berikut ini:

Tabel 4. Hasil Uji Korelasi *Pearson*.

Correlations			
		Budaya Organisasi	Loyalitas Atlet
Budaya Organisasi	Pearson Correlation	1	.655**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	60	60
Loyalitas Atlet	Pearson Correlation	.655**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	60	60

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Ouputt SPSS V.22

Variabel Budaya Organisasi (X2) dengan Loyalitas Atlet (Y): (a) Berdasarkan tabel 4 koefisien korelasi antara Budaya Organisasi dengan Loyalitas Atlet sebesar 0,655, artinya kedua variabel memiliki hubungan yang kuat. (b) Korelasi antara Budaya Organisasi dengan Loyalitas Atlet jika dilihat dari nilai sig. sebesar $0,000 < 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa terdapat hubungan antara Budaya Organisasi dengan Loyalitas Atlet. Hasil Uji Korelasi *Pearson* disajikan dalam tabel berikut ini:

Tabel 5. Hasil Uji Korelasi *Pearson*.

Correlations			
		Peluang Pengembangan Diri	Loyalitas Atlet
Peluang Pengembangan Diri	Pearson Correlation	1	.747**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	60	60
Loyalitas Atlet	Pearson Correlation	.747**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	60	60

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Output SPSS V.22

Variabel Peluang Pengembangan Diri (X3) dengan Loyalitas Atlet (Y): (a) Berdasarkan tabel 5 koefisien korelasi antara Peluang Pengembangan Diri dengan Loyalitas Atlet sebesar 0,747, artinya kedua variabel memiliki hubungan yang kuat. (b) Korelasi antara Peluang Pengembangan Diri dengan Loyalitas Atlet jika dilihat dari nilai sig. sebesar $0,000 < 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa terdapat hubungan antara Peluang Pengembangan Diri dengan Loyalitas Atlet.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Berganda.

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-15.543	3.947		-3.938	.000
	Reputasi	.487	.232	.215	2.101	.040
	Budaya Organisasi	.262	.113	.251	2.321	.024
	Peluang Pengembangan Diri	.688	.177	.455	3.893	.000

Sumber: Oututt SPSS V.22

Dari data tabel 6 diatas dapat diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$LA = -15.543 + 0,487 R + 0,262 BO + 0,688 PPD$$

Persamaan regresi diatas dapat diinterpretasikan sebagai berikut: (a) Nilai konstanta sebesar -15,543 menunjukkan bahwa jika variabel Reputasi (X₁), Budaya Organisasi (X₂), dan Peluang Pengembangan Diri (X₃) sama dengan nol, maka Loyalitas Atlet (Y) memiliki nilai sebesar -15,543. (b) Koefisien regresi variabel Reputasi (X₁) sebesar 0,487 menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1 satuan pada Reputasi akan meningkatkan Loyalitas Atlet sebesar 0,487 satuan, dengan asumsi variabel lainnya tetap. (c) Koefisien regresi variabel Budaya Organisasi (X₂) sebesar 0,262 menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1 satuan pada Budaya Organisasi akan meningkatkan Loyalitas Atlet sebesar 0,262 satuan, dengan asumsi variabel lainnya tetap. (d) Koefisien regresi variabel Peluang Pengembangan Diri (X₃) sebesar 0,688 menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1 satuan pada variabel ini akan meningkatkan

Loyalitas Atlet sebesar 0,688 satuan, dengan asumsi variabel lainnya tetap.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 7. Uji Koefisien Determinasi (R^2).

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.798 ^a	.636	.617	2.755

a. Predictors: (Constant), Peluang Pengembangan Diri, Reputasi, Budaya Organisasi

b. Dependent Variable: Loyalitas Atlet

Sumber: Output SPSS V.22

Berdasarkan tabel 7 terlihat bahwa nilai Koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 0,617 menunjukkan bahwa 61,7% dari variasi variabel dependen Loyalitas Atlet (Y) dapat dijelaskan oleh variabel independen Reputasi (X^1), Budaya Organisasi (X^2) dan Peluang Pengembangan Diri (X^3).

Sedangkan sisanya sebesar 38,3% (100% - 61,7%) dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model yang diteliti, seperti lingkungan sosial, motivasi pribadi, kondisi keluarga, atau faktor eksternal lainnya yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Uji T

Tabel 8. Hasil Uji T.

	Model	t	Sig.
1	(Constant)	-3.938	.000
	Reputasi	2.101	.040
	Budaya Organisasi	2.321	.024
	Peluang Pengembangan Diri	3.893	.000

Sumber: Output SPSS V.22

Aturan dalam Uji T sebagai berikut: (a) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima (Variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat). (b) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak (Variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat). (c) Jika $sig < 0,05$ maka H_0 ditolak sehingga H_1 diterima (Variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat). (d) Jika $sig > 0,05$ maka H_0 diterima sehingga H_1 ditolak (Variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat).

Maka dari Hasil Uji T pada Tabel 7 yaitu: (1) Reputasi (X^1), Nilai t_{hitung} (2,101) > t_{Tabel} (2,003), maka H_1 diterima dan H_0 ditolak, Nilai sig . (0,040) < (0,05), maka H_1 diterima dan H_0 ditolak. Artinya, variabel Reputasi (X_1) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Atlet (Y).

Budaya Organisasi (X_2): (1) Nilai t_{hitung} (2,321) > t_{Tabel} (2,003), maka H_1 diterima dan H_0 ditolak. (2) Nilai sig . (0,024) < (0,05), maka H_1 diterima dan H_0 ditolak. Artinya,

variabel Budaya Organisasi (X2) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Atlet (Y).

Peluang Pengembangan Diri (X3): (1) Nilai thitung (3,893) > tTabel (2,003), maka H1 diterima dan H0 ditolak. (2) Nilai sig. (0,000) < (0,05), maka H1 diterima dan H0 ditolak. Artinya, variabel Peluang Pengembangan Diri (X3) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Atlet (Y).

Interpretasi Hasil Penelitian

a. Pengaruh Variabel Reputasi terhadap Loyalitas Atlet

Berdasarkan hasil pengujian data, diketahui bahwa Reputasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Atlet pada Atlet Klub Bola Basket Hangtuah Jakarta. Dengan kata lain, H0 ditolak dan H1 diterima.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin baik reputasi di mata atlet, maka semakin tinggi pula tingkat loyalitas mereka terhadap klub tersebut. Sebaliknya, reputasi yang kurang baik dapat menurunkan tingkat loyalitas atlet. Oleh karena itu, untuk meningkatkan loyalitas atlet Klub Bola Basket Hangtuah Jakarta maka layanan dan hubungan antar pemain dengan manajemen perlu diperkuat agar reputasi semakin meningkat, Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa reputasi berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen (Manus dkk., 2023).

b. Pengaruh Variabel Budaya Organisasi terhadap Loyalitas Atlet

Berdasarkan hasil pengujian data, diketahui bahwa Budaya Organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Atlet pada Atlet Klub Bola Basket Hangtuah Jakarta. Dengan kata lain, H0 ditolak dan H1 diterima.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa budaya organisasi memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas atlet. Artinya, semakin kuat budaya organisasi yang diterima oleh atlet, maka semakin tinggi pula tingkat loyalitas mereka terhadap klub tersebut. Sebaliknya, budaya organisasi yang kurang kuat dapat menurunkan tingkat loyalitas atlet. Oleh karena itu, untuk meningkatkan loyalitas atlet Klub Bola Basket Hangtuah Jakarta maka penguatan budaya yang berfokus pada inovasi, kerja sama tim, dan konsistensi nilai menjadi langkah strategis dalam menciptakan lingkungan yang mendorong loyalitas atlet secara berkelanjutan, Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa budaya organisasi berpengaruh positif terhadap loyalitas kerja (Widiyaniti dkk., 2023).

c. Pengaruh Variabel Peluang Pengembangan Diri terhadap Loyalitas Atlet

Berdasarkan hasil pengujian data, diketahui bahwa Budaya Organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Atlet pada Atlet Klub Bola Basket Hangtuah Jakarta. Dengan kata lain, H0 ditolak dan H1 diterima.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peluang pengembangan diri berpengaruh positif terhadap loyalitas atlet. Artinya, semakin besar kesempatan yang diberikan klub kepada atlet untuk mengembangkan diri, maka semakin tinggi pula loyalitas mereka terhadap klub. Sebaliknya, jika atlet merasa tidak mendapatkan ruang untuk tumbuh dan berkembang, maka loyalitas terhadap klub dapat menurun. Oleh karena itu, untuk meningkatkan loyalitas atlet Klub Bola Basket Hangtuah Jakarta, pemberian pelatihan, peningkatan keterampilan, serta kejelasan jenjang karier perlu diperkuat agar atlet merasa dihargai dan memiliki komitmen jangka panjang terhadap klub. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa peluang pengembangan diri berpengaruh positif terhadap loyalitas atlet (Febrianty dkk., 2025).

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah Reputasi, Budaya Organisasi, Peluang Pengembangan Diri berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Atlet pada Klub Bola Basket Hangtuah Jakarta. Dengan rumusan masalah yang telah dirumuskan pada bab sebelumnya maka dapat ditentukan hipotesis penelitian yang kemudian diolah dan dianalisis dengan melakukan berbagai metode pengujian data. Sehingga hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: (1) Reputasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Atlet Klub Bola Basket Hangtuah Jakarta. (2) Budaya Organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Atlet Klub Bola Basket Hangtuah Jakarta. (3) Peluang Pengembangan Diri berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Atlet Klub Bola Basket Hangtuah Jakarta

Saran

Saran Untuk Klub Bola Basket Hangtuah Jakarta: (1) Meningkatkan peluang pengembangan diri bagi atlet melalui program pelatihan lanjutan, pembinaan non-teknis, serta penyediaan akses terhadap pendidikan atau pelatihan kepelatihan dan manajemen olahraga. Hal ini dapat membantu atlet tidak hanya berkembang dalam bidang permainan, tetapi juga dalam kesiapan karier jangka panjang. (2) Membangun dan mempertahankan budaya

organisasi yang positif dan suportif, seperti mendorong komunikasi terbuka, menjunjung nilai kerja sama tim, serta menciptakan lingkungan latihan yang nyaman dan menghargai kontribusi setiap individu. Budaya yang sehat akan meningkatkan rasa memiliki dan keterikatan atlet terhadap klub. (3) Menjaga dan meningkatkan reputasi melalui pencapaian prestasi yang konsisten, manajemen yang profesional, serta membangun citra yang positif di mata masyarakat dan media. Reputasi yang baik akan menumbuhkan kebanggaan atlet terhadap klub dan memperkuat loyalitas mereka. (4) Memberikan perhatian terhadap kesejahteraan psikologis dan sosial atlet sebagai bagian dari pengembangan diri, termasuk melalui sesi mentoring, pembinaan mental, serta fasilitas konseling bila diperlukan. Hal ini akan menciptakan iklim pembinaan yang lebih holistik dan berkelanjutan.

Saran untuk Peneliti Selanjutnya: (1) Agar hasil penelitian di masa mendatang dapat lebih optimal maka disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk. (2) Menggunakan variabel lain di luar penelitian ini, seperti motivasi, kepuasan, komitmen, atau kepercayaan, yang juga dapat memengaruhi loyalitas dalam suatu organisasi. (3) Mengembangkan objek penelitian pada lembaga yang memiliki variasi struktur seperti klub dan akademi, yang mencakup perbedaan jenjang usia, kurikulum pelatihan, dan level kompetisi, sehingga hasil penelitian menjadi lebih komprehensif dan dapat dibandingkan antar kelompok. (4) Menggunakan pendekatan analisis yang berbeda seperti metode kualitatif atau metode campuran (*mixed method*), untuk memperoleh gambaran yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas. (5) Peneliti selanjutnya disarankan untuk menggunakan sampel yang lebih besar sehingga memperkecil tingkat kesalahan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agmasari, M., & Septyarini, E. (2023). 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(2), 667-677. <https://doi.org/10.47467/reslaj.v5i3.1670>
- Alfario, R., & Kuswoyo, C. (2023). Sports marketing dalam menarik minat penonton Formula E di Indonesia. *Sang Pencerah: Jurnal Ilmiah Universitas Muhammadiyah Buton*, 9(3), 702-714. <https://doi.org/10.35326/pencerah.v9i3.3622>
- Anggrainy, E. K., Rahman, A., & Kusdyah, I. (2024). Pengaruh budaya organisasi, gaya kepemimpinan transformasional dan komitmen organisasi terhadap kinerja karyawan di PT. Mahkota INDONESIA Jakarta. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 5(1). <https://doi.org/10.32815/jubis.v5i1.2250>
- Febrianty, L., Ardan, M., & Johan, H. (2025). Analisis pengaruh pengembangan sumber daya manusia terhadap loyalitas pegawai. *Jambura Journal of Educational Management*, 29-39.

- Hamid, N., & Shaleha, W. M. (2021). Etos kerja dan pengembangan karir terhadap komitmen organisasi karyawan pada Hotel Claro Kota Kendari. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(1), 200-215. <https://doi.org/10.46306/vls.v1i1.16>
- Hidayattulloh, D. R., Farida, U., & Wardhani, D. P. (2024). Pengaruh pengembangan karir, motivasi kerja, dan kepuasan kerja terhadap loyalitas karyawan di KBPR Arta Kencana Kantor Pusat Madiun. *Jurnal Studi Multidisipliner*, 8(7).
- Hutasuhut, S. P., & Andayani, W. (2021). Pengaruh implementasi corporate social responsibility (CSR) terhadap job satisfaction (kepuasan kerja) yang dimediasi oleh employee commitment (komitmen karyawan) dan firm reputation (reputasi perusahaan) (Studi kasus pada PT. Toba Pulp Lestari Tbk). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 9, 1-20.
- Irawan, F., & Wahyudi, I. K. (2025). Pelatihan peningkatan kompetensi sumber daya manusia dan membangun budaya organisasi pada UMKM Kecamatan Rambah Hilir Rokan Hulu. *Community: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 5(1), 31-35. <https://doi.org/10.51903/btwz9a45>
- Iswadi, M. P., Ruknan, H., & Hadi Supratikta, M. M. (2024). *Komunikasi organisasi*. PT Penerbit Qriset Indonesia.
- Manus, B., Soegoto, A. S., & Rogi, M. H. (2023). Analisis pengaruh kepuasan konsumen, kepercayaan, dan reputasi perusahaan terhadap loyalitas pelanggan Shopee Bitung. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 11(4), 748-757. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i4.52062>
- Novrianda, H., Fitri, M., & Fuadi, S. (2023). Reputation dan relationship marketing terhadap customer loyalty pada Bank Mega Syariah di Kota Bengkulu. *Derivatif: Jurnal Manajemen*, 17(2), 265-275. <https://doi.org/10.24127/jm.v17i2.1401>
- Núñez-Barriopedro, E., Cuesta-Valiño, P., Gutiérrez-Rodríguez, P., & Ravina-Ripoll, R. (2021). How does happiness influence the loyalty of karate athletes? A model of structural equations from the constructs: consumer satisfaction, engagement, and meaningful. *Frontiers in Psychology*, 12, 653034. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.653034>
- Puspanegara, A., Azzahra, A. C., & Sutandi, A. (2024). Pengaruh pengembangan karir terhadap kepuasan kerja perawat. *Jurnal Ilmu Kesehatan Bhakti Husada: Health Sciences Journal*, 15(01), 277-283. <https://doi.org/10.34305/jikbh.v15i01.1254>
- Riyadi, S., & Nurdin, N. (2021). Dampak corporate social responsibility terhadap reputasi perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar & kimia sub sektor semen yang terdaftar di BEI tahun 2012-2017. *MANOR: JURNAL MANAJEMEN DAN ORGANISASI REVIEW*, 3(1), 26-35. <https://doi.org/10.47354/mjo.v3i1.283>
- Salam, A., & Habibah, M. (2021). Pengaruh etika bisnis Islam dan bauran pemasaran terhadap loyalitas nasabah dengan keputusan menjadi nasabah sebagai variabel intervening (Studi pada BPD Jateng Syariah, BRI Syariah dan Bank Muamalat) di Kota Semarang. *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 9(1), 33-52. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v9i1.11461>
- Sari, H. N., Rahmania, N., & Anshori, M. I. (2023). Pengembangan karir dalam era ambiguitas. *Jurnal Bintang Manajemen*, 1(4), 25-46. <https://doi.org/10.55606/jubima.v1i4.2184>

- Sriwati, S., & Siswani, S. (2023). Pengaruh kompetensi dan motivasi kerja terhadap loyalitas pegawai PERUMDA Pasar Jaya Kantor Area 7 Jakarta Timur. *Jurnal Administrasi dan Manajemen*, 13(1), 1-16. <https://doi.org/10.52643/jam.v13i1.2953>
- Widiyaniti, G. A. M. R., Wimba, I. G. A., & Mahayasa, I. G. A. (2021). Pengaruh budaya organisasi dan komitmen organisasi terhadap loyalitas anggota bumdes di desa Kukuh Winangun. *Journal of Applied Management Studies*, 3(1), 1-8. <https://doi.org/10.51713/jamms.v3i1.41>