



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

**PENGARUH IKLIM KOMUNIKASI, KEPEMIMPINAN,
DAN MOTIVASI TERHADAP LOYALITAS
KARYAWAN CV. HARRY ENTERPRISE SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel
Surabaya untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.kom)

Oleh :

Zaki Nashruddin Azhar
B05218038

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UIN SUNAN AMPEL
SURABAYA
2022**

PERSYARATAN OTENTISITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Zaki Nashruddin Azhar

NIM : B05218038

Prodi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul *Pengaruh Iklim Komunikasi, Kepemimpinan, dan Motivasi Terhadap Loyalitas Karyawan CV. Harry Enterprise Surabaya* adalah benar merupakan karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam skripsi tersebut diberi tanda sitasi dan ditunjukkan dalam daftar Pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar dan ditemukan pelanggaran atas karya skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelas yang saya peroleh dari skripsi tersebut.

Surabaya, 11 Juni 2023
Yang membuat Pernyataan



Zaki Nashruddin Azhar
NIM. B05218038

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama : Zaki Nashruddin Azhar

NIM : B05218038

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Pengaruh Iklim Komunikasi, Kepemimpinan,
dan Motivasi Terhadap Loyalitas Karyawan
CV. Harry Enterprise Surabaya

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan.

Surabaya, 28 Desember 2022
Menyetujui
Pembimbing,



Dr. Moch. Choirul Arief, S.Ag, M.Fil.I
NIP. 197110171998031001

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi oleh Zaki Nashruddin Azhar ini telah dipertahankan
dan dinyatakan lulus oleh tim penguji

Surabaya, 14 Januari 2023

Mengesahkan,

Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Penguji I



Dr. Moch. Choirul Arief,

S.Ag, M.Fil.I

NIP.197110171998031001

Penguji II

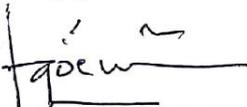


Dr. Nikmah Hadiati Salisah,

S.Ip, M.Si

NIP.197301141999032004

Penguji III



Dr. Agoes Mph. Moefad, SH,

M.Si

NIP.197008252005011004

Penguji IV



Pardianto, S.Ag, M.Si

NIP.197306222009011004

Dekan,



Dr. Moch. Choirul Arief, S.Ag, M.Fil.I

NIP.197110171998031001



UIN SUNAN AMPEL
SURABAYA

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Zaki Nashruddin Azhar
NIM : B05218038
Fakultas/Jurusan : Dakwah dan Komunikasi/Illmu Komunikasi
E-mail address : zaki.n.azhar@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)
yang berjudul :

PENGARUH IKLIM KOMUNIKASI, KEPEMIMPINAN, DAN MOTIVASI TERHADAP

LOYALITAS KARYAWAN CV. HARRY ENTERPRISE SURABAYA

berserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 11 Juni 2023

Penulis

(Zaki Nashruddin Azhar)

ABSTRAK

Zaki Nashruddin Azhar, NIM. B05218038 *Pengaruh Iklim Komunikasi, Kepemimpinan, Dan Motivasi Terhadap Loyalitas Karyawan Cv. Harry Enterprise Surabaya*

Kata kunci: Iklim Komunikasi, Kepemimpinan, Motivasi, Loyalitas Karyawan.

Loyalitas Karyawan merupakan sikap totalitas dari karyawan untuk menjalankan tugas yang diberikan dari pimpinan, jika mereka membuat suatu kesalahan maka mereka siap menerima kritik ataupun saran dari pimpinan dan berani bertanggung jawab.

Penelitian ini mempunyai tiga rumusan masalah. (1) Bagaimana pengaruh iklim komunikasi terhadap loyalitas karyawan CV. Harry Enterprise Surabaya? (2) Bagaimana pengaruh kepemimpinan terhadap loyalitas karyawan CV. Harry Enterprise Surabaya? (3) Bagaimana pengaruh motivasi terhadap loyalitas karyawan CV. Harry Enterprise Surabaya?

Dalam penyelidikan ini, kami menggunakan metodologi survei kuantitatif untuk penelitian kami. Penelitian ini menunjukkan bahwa suasana komunikasi, kepemimpinan, dan motivasi perusahaan berdampak pada komitmen karyawan terhadap pekerjaannya. Seberapa besar kepedulian karyawan terhadap pekerjaan mereka bergantung pada seberapa baik mereka dikomunikasikan, dipimpin, dan dimotivasi. Dengan sebesar 72%, CV. Harry Enterprise Surabaya.

ABSTRAC

Zaki Nasrudin Azhar, NIM. B05218038 *The Influence of Communication, Leadership, and Motivational Climate on Employee Loyalty CV. Harry Enterprise Surabaya.*

Keywords: Communication Climate, Leadership, Motivation, Employee Loyalty.

Employee Loyalty is the total attitude of employees to carry out the tasks given by the leadership, if they make a mistake then they are ready to accept criticism or suggestions from the leadership and dare to take responsibility.

This study has three formulations of the problem. (1) How does the influence of the communication climate on employee loyalty CV. Harry Enterprise Surabaya? (2) How does leadership affect employee loyalty in CV. Harry Enterprise Surabaya? (3) How does the influence of motivation on employee loyalty CV. Harry Enterprise Surabaya?

In this investigation, we used a quantitative survey methodology for our research. This study shows that the atmosphere of communication, leadership, and motivation of the company has an impact on employee commitment to their work. How much employees care about their jobs depends on how well they are communicated, led, and motivated. With 72%, CV. Harry Enterprise Surabaya.

المخلص

زكي نصرالدين أزهر B05218038 نيمتأثير الاتصال والقيادة والمناخ التحفيزي على ولاء الموظفين السيرة الذاتية. هاري إنتربرايز سورابايا

الكلمات المفتاحية: مناخ الاتصال ، القيادة ، التحفيز ، ولاء الموظف

ولاء الموظف هو الموقف الكلي للموظفين للقيام بالمهام التي تعهدت بها القيادة ، إذا ارتكبوا خطأ ، فهم على استعداد لقبول النقد أو الاقتراحات من القيادة ويتجرون على تحمل المسؤولية.

تحتوي هذه الدراسة على ثلاث صيغ مشكلة: (1) كيف يؤثر مناخ الاتصال على ولاء الموظف السيرة الذاتية. هاري إنتربرايز سورابايا؟ (2) كيف تؤثر القيادة على ولاء الموظف في السيرة الذاتية. هاري إنتربرايز سورابايا؟ (3) كيف يؤثر تأثير الدافع على ولاء الموظف السيرة الذاتية. هاري إنتربرايز سورابايا؟

في هذه الدراسة باستخدام أساليب البحث الكمي مع نهج المسح الكمي. تثبت نتائج هذه الدراسة أن: هناك تأثير من مناخ الاتصال والقيادة والتحفيز على الولاء للعمل. مستوى تأثير مناخ الاتصال والقيادة والتحفيز على السيرة الذاتية الولاء للموظف. هاري إنتربرايز سورابايا بنسبة 72٪.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI Error! Bookmark not defined.	
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
E. Definisi Operasional	7
1. Iklim Komunikasi	7
2. Kepemimpinan	8
3. Motivasi	9
4. Loyalitas Kerja	10
F. Sistematika Pembahasan	10
BAB II KAJIAN TEORITIK	12
A. Kajian Pustaka	12

1. Iklim Komunikasi	12
2. Kepemimpinan.....	15
3. Motivasi	19
4. Loyalitas Kerja.....	20
B. Kajian Teori.....	22
1. Teori Organisasi Neoklasik	22
C. Kerangka Pikir Penelitian.....	24
D. Perspektif Islam	25
E. Penelitian Terdahulu.....	26
F. Hipotesis Penelitian	29
BAB III METODE PENELITIAN	31
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	31
B. Objek Penelitian	31
C. Polulasi, Sampel, dan Teknik Sampling.....	32
D. Variabel dan Indikator Penelitian	33
E. Tahap-Tahap Penelitian.....	38
F. Teknik Pengumpulan Data	39
G. Teknik Reliabilitas dan Validitas Instrumen Penelitian	41
H. Teknik Analisis Data.....	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	43
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	43
1. Sejarah CV. Harry Enterprise	43
2. Struktur Perusahaan	44
3. Deskripsi Data Responden.....	44

B. Penyajian Data	47
1. Uji Validitas	47
2. Uji Reliabilitas	51
3. Penyajian Data Iklim Komunikasi (X_1)	53
4. Penyajian Data Kepemimpinan (X_2)	57
5. Penyajian Data Motivasi (X_3)	61
6. Penyajian Data Loyalitas Kerja (Y)	65
C. Pengujian Hipotesis	69
1. Uji Asumsi Klasik	69
2. Uji Regresi Linier Berganda	73
D. Pembahasan Hasil Penelitian	76
1. Perspektif Teoritis	76
2. Perspektif Islam	77
BAB V PENUTUP	81
A. Kesimpulan	81
B. Saran dan Rekomendasi	82
C. Keterbatasan Penelitian	83
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN-LAMPIRAN	88

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Indikator Variabel	34
Tabel 3.2 Nilai Kuesioner	40
Tabel 4.1 Nilai r product moment.....	48
Tabel 4.2 Uji Validitas Variabel Iklim Komunikasi (X1)	48
Tabel 4.3 Uji Validitas Variabel Kepemimpinan (X2)	49
Tabel 4.4 Uji Validitas Variabel Motivasi (X3)	50
Tabel 4.5 Uji Validitas Variabel Loyalitas Kerja (Y).....	50
Tabel 4.6 Nilai Realibilitas berdasarkan Cronbach Alpha.....	51
Tabel 4.7 Uji Reliabilitas Variabel Iklim Komunikasi (X1)...	51
Tabel 4.8 Uji Reliabilitas Variabel Kepemimpinan (X2)	52
Tabel 4.9 Uji Reliabilitas Variabel Motivasi (X3).....	52
Tabel 4.10 Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas Kerja (Y)	52
Tabel 4.11 Jawaban pernyataan 1	53
Tabel 4.12 Jawaban pernyataan 2	53
Tabel 4.13 Jawaban pernyataan 3	54
Tabel 4.14 Jawaban pernyataan 4	54
Tabel 4.15 Jawaban pernyataan 5	54
Tabel 4.16 Jawaban pernyataan 6	55
Tabel 4.17 Jawaban pernyataan 7	55
Tabel 4.18 Jawaban pernyataan 8	55
Tabel 4.19 Jawaban pernyataan 9	56
Tabel 4.20 Jawaban pernyataan 10	56
Tabel 4.21 Jawaban pernyataan 11	57
Tabel 4.22 Jawaban pernyataan 12	57
Tabel 4.23 Jawaban pernyataan 13	57
Tabel 4.24 Jawaban pernyataan 14	58
Tabel 4.25 Jawaban pernyataan 15	58
Tabel 4.26 Jawaban pernyataan 16	59
Tabel 4.27 Jawaban pernyataan 17	59
Tabel 4.28 Jawaban pernyataan 18	59

Tabel 4.29 Jawaban pernyataan 19	60
Tabel 4.30 Jawaban pernyataan 20	60
Tabel 4.31 Jawaban pernyataan 21	61
Tabel 4.32 Jawaban pernyataan 22	61
Tabel 4.33 Jawaban pernyataan 23	62
Tabel 4.34 Jawaban pernyataan 24	62
Tabel 4.35 Jawaban pernyataan 25	62
Tabel 4.36 Jawaban pernyataan 26	63
Tabel 4.37 Jawaban pernyataan 27	63
Tabel 4.38 Jawaban pernyataan 28	64
Tabel 4.39 Jawaban pernyataan 29	64
Tabel 4.40 Jawaban pernyataan 30	65
Tabel 4.41 Jawaban pernyataan 31	65
Tabel 4.42 Jawaban pernyataan 32	66
Tabel 4.43 Jawaban pernyataan 33	66
Tabel 4.44 Jawaban pernyataan 34	67
Tabel 4.45 Jawaban pernyataan 35	67
Tabel 4.46 Jawaban pernyataan 36	67
Tabel 4.47 Jawaban pernyataan 37	68
Tabel 4.48 Jawaban pernyataan 38	68
Tabel 4.49 Jawaban pernyataan 39	69
Tabel 4.50 Jawaban pernyataan 40	69
Tabel 4.56 Hasil Uji Normalitas	70
Tabel 4.57 Hasil Uji Multikolinieritas	71
Tabel 4.58 Hasil Uji Gletjer	73
Tabel 4.59 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	73
Tabel 4.60 Hasil Uji t	75
Tabel 4.61 Hasil Uji F	75
Tabel 4.62 Hasil Uji Koefisien Determinasi	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian	24
Gambar 4.1 Struktur CV. Harry Enterprise Surabaya	44
Gambar 4.2 Gambar Scatterplot.....	72



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Ketika dua orang bekerja sama, semuanya akan dilakukan. Karena orang terus-menerus berkomunikasi dan berusaha untuk mempertahankan kesepakatan tentang berbagai hukum sosial yang dijalankan melaluinya, Dalam berinteraksi dengan orang lain, komunikasi adalah suatu keharusan.¹ Masing-masing orang memiliki percakapan dengan orang-orang dan hal-hal di sekitar mereka. Setiap orang berjuang untuk keunggulan dalam jenis kontak yang dia gunakan dalam mengejar tujuannya sendiri. Membuat, mentransmisikan, dan menggunakan informasi untuk mengkoordinasikan lingkungan seseorang dengan orang lain adalah proses komunikasi, sebagaimana didefinisikan oleh Brent D. Ruben dalam konteks hubungan, kelompok, organisasi, dan masyarakat.²

Jadi, komunikasi sangat penting di dalam setiap elemen kehidupan kelompok manusia. Tak terkecuali di dalam sebuah organisasi yang mana sekelompok individu membentuk kelompok kolektif untuk mencapai tujuan yang sama. Komunikasi internal mencakup berbagai interaksi interpersonal di dalam suatu organisasi, seperti antara karyawan, manajer, perwakilan karyawan, dan tingkat manajemen lainnya, serta antara karyawan dan atasan dan bawahan mereka.³ Proses ini dianggap penting untuk

¹ Bukran Efendi, “Dinamika Komunikasi (Telaah atas Sejarah, Perkembangan dan Pengaruhnya terhadap Teknologi Kontemporer)”, dalam *EL-HIKAM: Jurnal Pendidikan dan Kajian Keislaman*, Vol. 14 No. 2 (2021): 240.

² Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2009), hal. 3

³ Dea Resti Putri Irawan, “*Fungsi Komunikasi Vertikal dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan di Divisi Komunikasi Korporat PT Pos Indonesia*”

diperhatikan agar tujuan bersama dapat dicapai di dalam organisasi, lembaga, atau perusahaan. Jadi, komunikasi adalah cara yang digunakan untuk saling terhubung agar dapat sejalan dalam mewujudkan tujuan bersama.

Namun tidak semua kelompok memiliki iklim komunikasi yang baik. Komunikasi memiliki peran dalam terciptanya iklim organisasi, yang nantinya juga akan berefek pada terciptanya sebuah budaya organisasi, yaitu *value* serta keyakinan dimana keduanya adalah fundamen penting dalam organisasi. Sebagai hasil dari banyaknya orang yang membentuk organisasi tertentu, budaya kelompok itu terkait erat dengan lingkungan internalnya. Di dalam sebuah perusahaan misalnya, terkait budaya komunikasi seperti bagaimana karyawan menyapa atasannya, bagaimana atasannya bersikap saat terjadi masalah bersama, bagaimana komunikasi atasan dengan sesama atasan. Semua ini akan memengaruhi bagaimana roda organisasi itu berjalan dalam bingkai komunikasi organisasi. Namun nyatanya, dalam proses pengorganisasian, selalu muncul masalah-masalah terkait komunikasi.⁴

Namun apapun masalah yang dimiliki oleh kelompok manusia, hal itu harus segera diselesaikan. Terlebih bagi organisasi yang berbentuk perusahaan dimana mereka mengejar profit. Perusahaan, baik milik swasta maupun milik negara, selalu mencari celah pasar yang menjanjikan dan bekerja tanpa lelah untuk memajukan kepentingan mereka sendiri. Berbagai langkah dilakukan untuk memastikan kelangsungan hidup perusahaan agar tidak punah. Inilah sebabnya mengapa bisnis perlu mengadopsi aturan dan prosedur yang sesuai. Sesulit apapun

(Persero) Bandung", Skripsi Ilmu Komunikasi, Universitas Pasundan, Bandung, 2017, hal. 3

⁴ Rahmi Yuliana, "Peran Komunikasi dalam Organisasi", dalam *Jurnal STIE Semarang*, Vol. 04 No. 03, (Oktober 2012): 53

situasinya, setiap usaha harus dilakukan setiap saat untuk membantu keberhasilan organisasi.

Masalah organisasi sebenarnya tidak terlepas dari individu-individu yang berada didalamnya, karena pada dasarnya individu merupakan bagian dari organisasi itu sendiri. Manusia, atau mereka yang bekerja dalam kelompok, berusaha menemukan solusi yang cocok untuk semua orang, sehingga tindakan mereka tidak bertentangan dengan preferensi orang lain yang ingin mereka bantu.⁵ Pembentukan budaya seperti itu di tempat kerja membutuhkan kepercayaan, pengambilan keputusan kolaboratif, komunikasi yang terbuka dan jujur di semua tingkatan, perhatian di puncak, dan dedikasi untuk mencapai tujuan yang ambisius.

Persepsi peristiwa komunikasi, perilaku komunikasi, reaksi karyawan terhadap pekerja lain, harapan, perselisihan antarpribadi, dan kemungkinan kemajuan dalam bisnis semuanya berkontribusi pada apa yang dikenal sebagai "iklim komunikasi organisasi".⁶ Kompelmen, Brief, dan Guzoo berhipotesis bahwa perubahan iklim komunikasi suatu perusahaan dapat berdampak pada kinerja dan produktivitas karyawan karena pentingnya kehadiran iklim komunikasi.⁷ Maka mereka yang memiliki peran penting dalam suatu organisasi harus memperhatikan terkait iklim organisasi yang ia pimpin. Karena hal itu akan sangat menentukan bagaimana tujuan organisasi itu tercapai atau tidak kedepannya.

⁵ H. Teman Koesmono, "Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Motivasi dan Kepuasan Kerja Serta Kinerja Karyawan Pada Sub Sektor Industri Pengolahan Kayu Skala Menengah di Jawa Timur", *dalam Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 07 No. 02, (September 2005): 167.

⁶ R. Wayne Pace dan Don Faules, *Komunikasi Organisasi, Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2006) hal 147

⁷ *Ibid*, hal 148

Ketika pekerjaan tidak selesai, itu adalah kesalahan orang yang bertanggung jawab; ketika segalanya berjalan dengan baik, itu karena kemampuan pemimpin untuk membujuk orang lain melakukan apa yang dia ingin mereka lakukan; dan juga dipengaruhi oleh tingkat kerjasama dan koordinasi yang terjalin antara pemimpin dan bawahannya.⁸ Hal ini adalah bagian dari bagaimana pemimpin tersebut membentuk iklim komunikasi yang mampu menunjang produktifitas yang dilakukan oleh bawahannya. Selain itu, Terry dan Frankin mengusulkan sebuah model yang menghubungkan kualitas seorang pemimpin dengan kemampuan untuk menginspirasi para pengikutnya untuk melakukan serangkaian kegiatan yang saling bergantung untuk melayani misi menyeluruh kelompok.⁹ Kata "mempengaruhi" disini berarti bagaimana cara pemimpin itu mampu menggerakkan anggota dengan cara komunikasi yang dilakukannya. Ini artinya, gaya komunikasi dalam memimpin organisasi haruslah mampu untuk mewujudkan iklim komunikasi yang positif.

Kepemimpinan juga mempunyai keterkaitan yang erat dengan aspek motivasi. Karena otoritas seorang pemimpin menentukan seberapa jauh mereka dapat menginspirasi pengikutnya untuk mengejar tujuan yang ada. Selain itu, pemimpin harus tahu bagaimana menginspirasi anggota tim dan bawahannya. Istilah "motivasi" mengacu pada dorongan batin yang mendorong seseorang untuk memanfaatkan pengetahuan, kemampuan, waktu, dan upaya mereka untuk melaksanakan tugas yang diberikan kepadanya dan memenuhi komitmen yang telah mereka buat untuk organisasi. tujuan yang telah ditentukan sebelumnya

⁸ Wahjosumidjo, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Motivasi*, (Jakarta : Ghalia, 1993) hal 172

⁹ Yuli Sri Budi Cantika, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Malang: UMM Press, 2005) hal. 167

dan berbagai tujuan organisasi.¹⁰ Seseorang dalam melakukan pekerjaannya dapat dilandasi oleh motivasi kerja. Motivasi kuat yang dimiliki itulah yang akan membuat seseorang memiliki tanggung jawab yang besar untuk menghasilkan kerja yang optimal dan hal tersebut ditujukan kepada perusahaan.

Banyak bisnis hanya berfokus pada pertumbuhan perusahaan dengan mengorbankan pekerja mereka. Perusahaan harus memikirkan bagaimana meningkatkan loyalitas karyawan dengan berfokus pada motivasi staf. Salah satu cara untuk melakukannya adalah mengukur dedikasi karyawan terhadap perusahaan berdasarkan seberapa puas mereka dengan posisi mereka saat ini. Staf yang berdedikasi dapat menghasilkan beberapa manfaat, termasuk peningkatan produktivitas, lebih sedikit keluhan, peningkatan moral, lebih sedikit gesekan dan ketidakhadiran, dan waktu yang lebih mudah untuk merekrut dan mempertahankan personel terbaik.

Tiap perusahaan tentunya ingin memiliki karyawan dengan loyalitas yang tinggi. Tak terkecuali bagi perusahaan seperti CV. Harry Enterprise Surabaya adalah sebuah badan usaha yang menaungi beberapa jenis produk usaha, seperti Michael TJ Gelato Cafe (bergerak di bidang makanan dan minuman) dan juga Cortiger (bergerak di bidang custom shirt atau jersey printing). Berdasarkan hasil observasi sementara oleh peneliti, menunjukkan bahwa banyak karyawan yang bertahan lama di dalam perusahaan. Bertahannya karyawan ini jelas bukan tanpa sebab. Pasti ada faktor-faktor yang membuat seorang individu bertahan. Bahkan, hampir semua karyawan yang ada terhitung adalah karyawan lama yang telah bekerja selama lima tahun lebih

¹⁰ Syaiful Bahri dan Yuni Chairatun Nisa, "Pengaruh Pengembangan Karir dan Motivasi Kerja Terhadap Keputusan Kerja Karyawan", dalam Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis, Vol. 18 No. 1, (April 2017): 10.

untuk CV. Harry Enterprise. Namun hal ini masih sebatas observasi sementara. Peneliti berasumsi bahwa adanya karyawan bertahan lama bisa disebabkan karena adanya beberapa faktor, seperti iklim komunikasi, kepemimpinan maupun motivasi. Peneliti juga berasumsi bahwa faktor-faktor ini memiliki kaitan dengan loyalitas karyawan.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti berasumsi bahwa loyalitas karyawan akan terbentuk ketika iklim komunikasi, kepemimpinan dan motivasi karyawan untuk berprestasi terbentuk dengan baik.

B. Rumusan Masalah

Dari permasalahan yang terdapat di latar belakang, maka penelitian ini terdiri dari beberapa rumusan masalah yakni:

1. Bagaimana pengaruh iklim komunikasi terhadap loyalitas karyawan CV. Harry Enterprise Surabaya?
2. Bagaimana pengaruh kepemimpinan terhadap loyalitas karyawan CV. Harry Enterprise Surabaya?
3. Bagaimana pengaruh motivasi terhadap loyalitas karyawan CV. Harry Enterprise Surabaya?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini, yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh iklim komunikasi terhadap loyalitas karyawan CV. Harry Enterprise Surabaya.
2. Untuk mengetahui pengaruh kepemimpinan terhadap loyalitas karyawan CV. Harry Enterprise Surabaya.
3. Untuk mengetahui pengaruh motivasi terhadap loyalitas karyawan CV. Harry Enterprise Surabaya.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan penelitian ini bermanfaat untuk mengetahui apa saja variabel yang harus diperhatikan ketika perusahaan atau organisasi menginginkan karyawan yang loyal. Terlebih terkait seberapa besar dampak dari iklim komunikasi, kepemimpinan dan motivasi karyawan.

2. Manfaat Praktis

Di era Industri 4.0, penelitian ini diharapkan akan menjadi tambahan yang signifikan bagi bidang ilmu komunikasi. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan memberikan CV. Harry Enterprise dengan informasi untuk digunakan dalam mengembangkan kebijakan SDM yang ditujukan untuk meningkatkan suasana perusahaan dalam hal komunikasi, kepemimpinan, motivasi, dan loyalitas karyawan. Hal ini, pada gilirannya, diharapkan dapat mempercepat kemajuan CV. Tujuan jangka panjang Harry Enterprise.

E. Definisi Operasional

1. Iklim Komunikasi

Kegiatan yang terjadi dalam suatu organisasi berdampak langsung pada iklim komunikasinya, yang pada gilirannya mempengaruhi moral dan produktivitas karyawan. Iklim komunikasi organisasi dapat didefinisikan sebagai sejauh mana karyawannya merasa dihargai, dihormati, didengar, dihargai, didukung, didorong, diberi penghargaan, dipercaya, terbuka,

didukung, didengarkan, didukung, dipercaya, dan didengarkan.¹¹

Muhammad berpendapat bahwa seorang pemimpin harus mempertimbangkan suasana komunikasi di tempat kerja karena memiliki dampak yang signifikan terhadap perilaku karyawan. Ketika ada rasa persaudaraan yang kuat di antara anggota organisasi, orang lebih cenderung berbicara satu sama lain secara bebas dan dengan sikap positif. Di sisi lain, jika keadaan berjalan buruk, tidak ada yang mau mengambil risiko bersikap terbuka dan bersahabat satu sama lain dalam komunikasi mereka.¹² Jadi, iklim komunikasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah sebuah kondisi yang melingkupi keterbukaan pimpinan dengan karyawan CV. Harry Enterprise Surabaya maupun antar karyawan terkait pekerjaan.

2. Kepemimpinan

Ordway Tead dalam Moedjiono mengemukakan bahwa kepemimpinan merupakan tingkah laku manusia agar dapat senantiasa memberikan pengaruh kepada banyak orang, dimana hal tersebut dilakukan untuk mewujudkan tujuan bersama yang tidak bisa dicapai jika sendirian.¹³ Stogdill dalam Moedjiono menyatakan bahwa karena keterbatasan individu dalam mewujudkan tujuan yang besar, maka persyaratan untuk tindakan kolektif, para pemimpin diharuskan untuk mengerahkan pasukan dan membuat semua orang bergerak ke arah

¹¹ Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2007) hal. 311

¹² Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2004), hal. 84

¹³ Imam Moedjiono, *Kepemimpinan dan Keorganisasian*, (Yogyakarta: UII Press, 2002) hal. 4

yang sama.¹⁴ Sedangkan Bass dalam Moedjino menyatakan bahwa kepemimpinan lekat dengan upaya dan usaha pimpinan dalam merubah tingkah laku orang lain yang mana hal ini ditujukan agar perubahan tersebut mampu digunakan untuk meraih tujuan bersama.¹⁵

Jadi, kepemimpinan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah bagaimana cara pimpinan CV. Harry Enterprise Surabaya untuk mempengaruhi karyawannya dengan cara memberikan kepercayaan kepada karyawan untuk melaksanakan tugas yang diberikan dengan maksud untuk mencapai tujuan perusahaan.

3. Motivasi

Akar bahasa Latin dari istilah "motif" berarti "bergerak atau mendesak atau maju", maka konsep "motivasi" mengacu pada dorongan untuk menyelesaikan sesuatu. Salah satu definisi motivasi adalah dorongan internal yang memaksa seseorang untuk melakukan tindakan dengan cara tertentu untuk mencapai hasil yang diinginkan. Akar kata "motif" menunjukkan bahwa "motivasi" adalah semacam kekuatan pendorong aktif.¹⁶ Memotivasi seseorang dapat meningkatkan dorongan mereka untuk meningkatkan kinerja mereka. Setiap dari kita membutuhkan inspirasi untuk membuat perubahan positif dalam hidup kita, dan tidak hanya mereka yang sedang berjuang. Jika seseorang tidak memiliki dorongan untuk sukses di tempat kerja, mereka tidak akan dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap kesuksesan

¹⁴ *Ibid.* hal. 4

¹⁵ *Ibid.* hal. 5

¹⁶ Abdul Aziz Wahab, *Anatomi Organisasi dan Kepemimpinan Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2008) hal. 67

perusahaan mereka. Itu sebabnya manajemen membutuhkan cara untuk memeriksa moral staf sekarang dan nanti. Jadi, motivasi yang dimaksud pada penelitian ini ialah suatu alasan karyawan CV. Harry Enterprise Surabaya yang dapat mempengaruhi mereka untuk melakukan pekerjaan dengan maksimal.

4. Loyalitas Kerja

Menurut Sudimin, loyalitas karyawan berarti mendedikasikan seluruh bakat, kemampuan, ide, dan waktu seseorang untuk kemajuan perusahaan, perlindungan rahasia dagang, dan penghindaran segala aktivitas yang dapat merusak organisasi selama seseorang masih bekerja di sana. Hal ini hanya dapat dilakukan, kecuali menjaga rahasia, jika karyawan tersebut masih terikat hubungan kerja dengan perusahaan tempat dia bekerja sekarang.¹⁷ Loyalitas kerja, seperti yang didefinisikan di atas, mengacu pada dedikasi karyawan kepada atasan mereka, yang terlihat dari kesediaan mereka untuk melakukan upaya ekstra dan membuat pengorbanan pribadi demi bisnis. Jadi, loyalitas kerja yang dimaksud dalam penelitian ini adalah sikap totalitas dari karyawan CV. Harry Enterprise untuk menjalankan tugas yang diberikan dari pimpinan, jika mereka membuat suatu kesalahan maka mereka siap menerima kritik ataupun saran dari pimpinan dan berani bertanggung jawab.

F. Sistematika Pembahasan

¹⁷ T. Sudimin, “*Whistleblowing: Dilema Loyalitas dan Tanggung Jawab Publik*” Jurnal Manajemen dan Usahawan, Vol. 12 No. 11, Tahun 2003. hal. 5

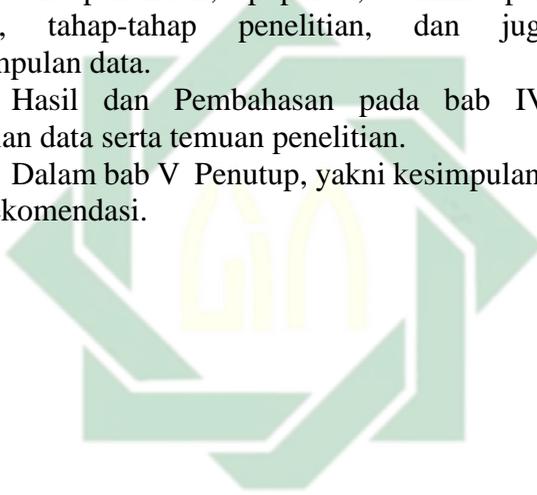
Adapun bagian-bagian dari bab I ini ialah latar belakang masalah, penentuan rumusan masalah, tujuan masalah, dan manfaat penelitian.

Bab II Kerangka Teoritik, dalam bab ini berisikan kajian terdahulu yang relevan dengan isi penelitian ini. Lalu memaparkan definisi konsep dan menyusun hipotesis penelitian.

Bagian-bagian dari bab III yakni jenis dan pendekatan penelitian, populasi, teknik pengambilan sampel, tahap-tahap penelitian, dan juga teknik pengumpulan data.

Hasil dan Pembahasan pada bab IV terdapat penyajian data serta temuan penelitian.

Dalam bab V Penutup, yakni kesimpulan, saran dan hasil rekomendasi.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB II

KAJIAN TEORITIK

A. Kajian Pustaka

1. Iklim Komunikasi

Kegiatan yang terjadi dalam suatu organisasi berdampak langsung pada iklim komunikasinya, yang pada gilirannya mempengaruhi moral dan produktivitas karyawan. Iklim komunikasi organisasi dapat digambarkan sebagai sejauh mana karyawannya merasa dapat mengandalkan, terbuka, menerima dukungan dari, meminta pendapat mereka dicari dan ditindaklanjuti, dan diberi penghargaan atas kontribusi mereka kepada perusahaan.¹⁸

Semua pengambilan ketentuan yang dilakukan oleh individu dalam melaksanakan pekerjaan, sangat berpengaruh dalam *meg-upgrade* kemampuan. Mereka dalam bekerja dengan organisasi, memerlukan sikap jujur, untuk meraih kesempatan dalam organisasi agar lebih menggunakan semangat. Setiap orang dalam kelompok harus melakukan bagian mereka untuk membantu anggota tim lainnya berhasil. Secara khusus, untuk menjalankan peran dan tanggung jawab mereka dengan cara yang energik dan imajinatif, serta memberikan saran baru yang dapat dikembangkan menjadi praktik bisnis yang efektif. Sedangkan sebuah iklim yang buruk akan mampu untuk benar-benar merusak kepurusan yang telah dibuah oleh anggota organisais terkait bagaimana mereka melakukan partisipasi dan kinerja untuk organisasi.¹⁹

¹⁸ Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2007) hal. 311

¹⁹ *Ibid.*, hal 155

Pace and Faules menyatakan bahwa iklim komunikasi di dalam organisasi berisikan pandangan individu yang ada di dalamnya terkait seperangkat unsur dan bagaimana hal tersebut mempengaruhi komunikasi di dalam organisasi.²⁰ Adapun untuk memahami hal tersebut, diperlukan seperangkat unsur yang memiliki fungsi dan hal tersebut berperan di dalam membentuk iklim organisasi. Unsur-unsur itu adalah anggota atau individu, *job disk* yang dimilikinya, struktur atau susunan kepengurusan dan pedoman nilai yang dimiliki organisasi.²¹

Individu atau anggota adalah Orang-orang yang melakukan pekerjaan organisasi terlibat dalam aktivitas berpikir seperti mempelajari konsep baru, menggunakan bahasa, memikirkan cara memecahkan masalah, dan menghasilkan ide-ide baru dan aktivitas merasakan seperti mengalami dan menanggapi perasaan dan aktivitas non-kognitif lainnya. sifat manusia. Lingkungan komunikasi organisasi adalah fungsi dari anggotanya secara keseluruhan. Kondusif atau tidaknya iklim komunikasi tergantung dari persepsi individu yang ada di dalamnya.

Sedangkan *job disk* atau pekerjaan adalah sesuatu yang harus dikerjakan atau dijalankan oleh anggota baik itu berupa tugas formal maupun informal. Tugas-tugas inilah yang akan membuat organisasi mampu menjalankan fungsinya. Hal tersebut melahirkan struktur organisasi yang berfungsi sebagai pemetaan relasi fungsi antar anggota, “tugastugas yang dilaksanakan oleh anggota-anggota organisasi”. Struktur inilah yang membentuk bagaimana komunikasi harus dilakukan agar

²⁰ R. Wayne Pace, Don F. Faules, “*Komunikasi Organisasi: Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*”, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2002) hal. 149

²¹ *Ibid.*

setiap fungsi yang dibutuhkan mampu dikelola dengan baik. Dalam hal ini, peran pimpinan sangat mempengaruhi terkait bagaimana ia memberikan instruksi kepada yang dipimpin.

Kemudian ada pedoman organisasi yang berarti panduan sebagai kontrol dan mempengaruhi serta memberikan arah untuk setiap anggota dalam bertindak dan membuat keputusan terkait organisasi. Pedoman organisasi terdiri dari visi, misi, nilai, cita-cita, strategi, tujuan, prosedur, kebijakan, dsb. Semua hal tersebut memberikan informasi kepada individu tentang apa yang ingin dicapai oleh organisasi, apa saja yang harus dilakukan untuk mencapainya, bagaimana solusi diciptakan dan bagaimana harus bertindak. Semua ini semata-mata adalah untuk mewujudkan tujuan organisasi.

Iklim komunikasi akan terbentuk melalui keempat faktor diatas, faktor-faktor tersebut saling berhubungan antara satu dengan yang lain. Maka dari itu pemimpin dari sebuah organisasi atau perusahaan harus memperhatikan seluruh faktor tersebut demi tercapainya tujuan organisasi dan menciptakan iklim komunikasi yang bersifat kondusif pada organisasi tersebut. Maka pada akhirnya akan menghasilkan sikap loyal dari para anggota (karyawan) pada organisasi (perusahaan).

Iklim komunikasi bisa dikatakan sebagai kondisi lingkungan internal organisasi atau perusahaan, yang mencakup semua bentuk komunikasi di dalam organisasi. Konflik antarpersonal berpotensi dapat merubah iklim komunikasi pada organisasi. Hal ini sangat perlu diperhatikan oleh pimpinan sebab hal tersebut sangat banyak akan mempengaruhi perilaku anggota atau individu. Andre Hardjana mengatakan

bahwa iklim komunikasi memiliki enam komponen yang adalah sebagai berikut:²²

- a. Kepedulian terhadap tingkat kinerja yang tinggi
- b. Kesiediaan untuk mendengar komunikasi dari bawahan
- c. Keterbukaan dalam komunikasi kepada bawahan
- d. Memberikan dukungan
- e. Partisipasi dalam pengambilan keputusan
- f. Pengalaman dan persepsi karyawan tentang saling percaya

Nilai-nilai ini adalah sesuatu yang melibatkan persepsi anggota, dimana hal tersebut akan sangat berpengaruh karena memberikan dampak kepada terciptanya suatu proses iklim komunikasi. Diharapkan bahwa terbentuk iklim komunikasi yang positif, maka harus ditinjau faktor-faktor apa yang sangat penting untuk membentuknya. Dengan demikian dapat dilihat apakah iklim komunikasi akan menentukan tingkat loyalitas dari karyawan.

2. Kepemimpinan

Kepemimpinan adalah kebutuhan alamiah manusia, sebab segala potensi maupun keterbatasan menghasilkan kekurangan maupun kelebihan, maka di satu sisi membutuhkan seorang pimpinan dan di sisi lain pada waktu-waktu lain diharuskan untuk dapat memimpin. *Problem* dalam memimpin timbul seiring kompleksnya kehidupan manusia. Kompleksitas ini menghasilkan kondisi dimana baik atau tidaknya organisasi, tergantung dari bagaimana sikap seorang pemimpin diambil. Banyak definisi mengenai kepemimpinan, beberapa diantaranya yaitu menurut

²² Andre Hardjana, *Audit Komunikasi, Teori, dan Praktek* (Jakarta: Grasindo, 2000), 55.

Ordway Tead dalam Moedjiono mengemukakan bahwa kepemimpinan merupakan tingkah laku manusia agar dapat senantiasa memberikan pengaruh kepada banyak orang, dimana hal tersebut dilakukan untuk mewujudkan tujuan bersama yang tidak bisa dicapai jika sendirian.²³

Stogdill dalam Moedjiono menyatakan bahwa karena keterbatasan individu dalam mewujudkan tujuan yang besar, maka mencapai tujuan membutuhkan upaya bersama dari banyak individu, dan pemimpin sangat penting dalam menginspirasi dan memobilisasi massa untuk mengambil tindakan.²⁴ Sedangkan Bass dalam Moedjiono menyatakan bahwa kepemimpinan lekat dengan upaya dan usaha pimpinan dalam merubah tingkah laku orang lain yang mana hal ini ditujukan agar perubahan tersebut mampu digunakan untuk meraih tujuan bersama.²⁵ Jika perubahan itu benar-benar terwujud, maka ada kepemimpinan yang berhasil dilakukan disana.

Lebih lanjut Rivai menuturkan makna kepemimpinan yang luas mencakup proses-proses yang dilakukan dalam memberikan pengaruh agar tujuan organisasi dapat tercapai.²⁶ Pengaruh ini diwujudkan dengan cara memberikan motivasi yang diharapkan mampu merubah perilaku anggota. Bagaimana cara untuk mencapai tujuan organisasi, memelihara komunikasi bersama agar tercipta hubungan kerja yang baik, mewujudkan kerja kolektif, dan bagaimana memberikan dukungan agar individu di dalam organisasi mampu untuk terus bekerja dengan baik.

²³ Imam Moedjiono, *Kepemimpinan dan Keorganisasian*, (Yogyakarta: UII Press, 2002) hal. 4

²⁴ *Ibid.* hal. 4

²⁵ *Ibid.* hal. 5

²⁶ Veithzal Rivai, *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan, Dari Teori ke Praktik*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2009) hal. 2

Uraian-uraian di atas memberikan arti penting dalam Secara khusus, kepemimpinan adalah praktek membujuk bawahan untuk bekerja sama untuk mencapai tujuan yang lebih besar, seperti misi organisasi. Proses mempengaruhi ini jelas melibatkan bagaimana komunikasi pemimpin dengan yang dipimpin. Robbins dan Judge mengutip Rensis Likert, yang mengidentifikasi empat gaya komunikasi berbeda berdasarkan faktor-faktor seperti kepemimpinan, motivasi, komunikasi, interaksi, pengambilan keputusan, penetapan tujuan, kontrol, dan kinerja.²⁷ Banyak penelitian telah melihat teori komunikasi kepemimpinan Likert untuk menentukan bagaimana gaya komunikasi kepemimpinan yang berbeda mempengaruhi produktivitas staf. Dalam teori Likert, gaya komunikasi kepemimpinan terbagi menjadi empat hal berikut.²⁸

a. Gaya Otoriter

Dalam sistem Likert tipe pertama ini, para pemimpin digambarkan sebagai otoriter, fokus kepada penyelesaian tugas oleh pimpinan dan formalistik. Hubungan interpersonal dalam gaya kepemimpinan semacam ini dianggap tidak terlalu penting. Hal tersebut dipandang tidak memberikan pengaruh kepada kinerja individu. Tidak ada kepercayaan besar yang diberikan kepada bawahan, terlebih karyawan tidak akan diajak di dalam pengambilan keputusan. Gaya kepemimpinan semacam ini mengandalkan komunikasi satu arah yaitu dari pimpinan kepada bawahan yang terkadang juga membuat karyawan dapat merasa terintimidasi.

²⁷ Yuyu Sriwartini, "Manajemen Komunikasi Pemerintah Desa dalam Melaksanakan Forum Keamanan Terpadu (Kajian Pada Kelurahan Balekambang Jakarta Timur)", dalam *Eksprei dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 1 No. 1 (2018): 23.

²⁸ *Ibid*

b. Gaya Berwibawa Baik

Gaya kepemimpinan ini adalah sifat otoriter namun dipadukan dengan keterbukaan terhadap karyawan. Terdapat ruang untuk karyawan mempengaruhi proses pengambilan keputusan. Namun komunikasi yang berlangsung masih satu arah dari pimpinan ke bawahan. Hal ini berarti bahwa komunikasi masih dijalankan secara formal dan dipengaruhi oleh jabatan dan struktur organisasi. Gaya kepemimpinan ini juga sering disebut sebagai pengendalian karena orientasi pimpinan adalah menjalankan fungsi pengawasan.

c. Gaya Pemimpin Penasehat atau Konsultatif

Dalam sistem ketiga, pemimpin kurang tertutup dan lebih mempercayai stafnya. Peran pemimpin sebagai pengawas dipertahankan, tetapi dilakukan melalui dialog dan kolaborasi daripada perintah dan kontrol sederhana. Di sini, bawahan diperbolehkan untuk menyuarkan pemikiran mereka tentang pengambilan keputusan, terutama yang berkaitan dengan hal-hal yang berdampak pada tugas mereka sehari-hari. Komunikasi dua arah terjadi, baik antara atasan dan bawahan atau sebaliknya. Interaksi interpersonal sering terjadi daripada di sistem pertama dan kedua.

d. Gaya Kepemimpinan Partisipatif

Dalam bentuk keempat ini, pemimpin memiliki paradigma bahwa perlunya partisipasi aktif dari semua pihak, tak terkecuali bawahan yang dipimpinya untuk menciptakan jalannya organisasi yang lebih baik. Ciri dalam gaya kepemimpinan ini adalah kepercayaan dan keyakinan yang diberikan kepada bawahan, termasuk dalam hal pengambilan keputusan yang penting. Komunikasi yang terjadi pun lebih cair dan informal tidak terikat oleh struktur dan

jabatan di dalam organisasi. Adanya proses pertukaran ide dan diskusi antar semua elemen, terlebih pada pimpinan dan bawahan diharapkan mampu untuk dijadikan sebagai alat dalam mencapai tujuan organisasi.

3. Motivasi

"Model Dua Faktor" motivasi yang didirikan Herzberg didasarkan pada argumennya bahwa dua hal memengaruhi kinerja individu dalam pekerjaan. Baik dorongan intrinsik dan pemeliharaan atau kebersihan yang tepat sangat penting. Ada kemungkinan yang lebih besar bahwa sejumlah penyebab internal menginspirasi dan mendorong pekerja untuk berhasil daripada sejumlah penyebab eksternal (ekstrinsik) yang melakukannya.²⁹ Jadi ada variabel-variabel tertentu yang membuat seseorang termotivasi, dan hal tersebut dapat dilihat dari dalam diri sendiri maupun apa yang ada di luar dirinya yang menentukan bagaimana individu tersebut akan bertindak dalam melakukan sesuatu.

Adapun faktor-faktor motivasional adalah sebagai berikut:

- a. *Achievment* atau prestasi
- b. *Advancement* atau pengembangan potensi individu
- c. *Recognition* atau pengakuan
- d. *Responsibility* atau tanggung jawab
- e. *The Works it Self* atau pekerjaan itu sendiri

Sementara faktor-faktor *hygiene* adalah sebagai berikut:

- a. *Wages of Salaries* atau upah
- b. *Working Condition* atau kondisi kerja

²⁹ Malayu S.P Hasibuan, *Manajemen: Dasar, Pengertian, dan Masalah*, (Jakarta: PT Bumi Askara, 2004) hal. 228-229

- c. *Company Policy and Administration* atau kebijakan perusahaan
- d. *Interpersonal Relation* atau hubungan interpersonal
- e. *Quality Supervisor* atau Kualitas Supervisi

Ketika menggunakan teori ini, akan mendapatkan tantangan saat penerapannya, terkait faktor mana yang lebih kuat antara yang bersifat dari dalam diri sendiri atau yang berasal dari diri sendiri dalam hal membuat seseorang termotivasi untuk bertindak. Peneliti memilih teori ini dikarenakan peneliti melihat bahwa penelitian ini sejalan dengan Teori Dua Faktor Herzberg ini yang memandang bahwa faktor motivasional dan faktor *hygiene* akan mendorong loyalitas karyawan (CV. Harry Enterprise Surabaya).

4. Loyalitas Kerja

Ada beberapa definisi mengenai loyalitas kerja, Rowley mengatakan bahwa loyalitas adalah suatu sikap komitmen. Loyalitas dan menjaga hubungan kerja yang lebih baik dengan karyawan untuk meningkatkan kinerja termasuk meningkatkan produktivitas kinerja tim dan individu yang dihasilkan dari absensi yang rendah dan tingkat turnover yang menurun.³⁰ Reichheld dalam Utomo mengatakan semakin mudah suatu organisasi mencapai tujuan organisasi jika semakin tingginya tingkat loyalitas karyawan dalam suatu organisasi ketika ada beberapa hal yang dilaksanakan sebelumnya oleh pemilik organisasi.³¹ Sedangkan menurut Poerwadar loyalitas dapat diartikan sebagai rasa setia dan

³⁰ Chris Rowley dan Keith Jackson, *Manajemen Sumber Daya Manusia, The Key Concepts*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2012) hal. 127

³¹ B. Utomo, "Menentukan Faktor-faktor Kepuasan Kerja dan Tingkat Pengaruh Kepuasan Kerja terhadap Loyalitas Karyawan", *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, Vol. 7 No. 2, Tahun 2002. hal 9.

pengabdian yang diberikan kepada organisasi dengan rasa cinta dan tanggung jawab sehingga individu tersebut akan melaksanakan pekerjaannya untuk berusaha yang terbaik dan memberikan kinerja semaksimal mungkin.³²

Dari serangkaian definisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa loyalitas kerja adalah sikap totalitas dari karyawan untuk menjalankan tugas yang diberikan dari pimpinan, jika mereka membuat suatu kesalahan maka mereka siap menerima kritik ataupun saran dari pimpinan dan berani bertanggung jawab. Menurut Danim dalam Prayanto, ada beberapa ciri dari loyalitas kerja sebagai berikut:³³

- a. Bertanggung jawab, berarti jika Anda ingin dimintai pertanggungjawaban atas tindakan Anda, betapapun menyakitkannya tindakan itu, Anda harus menunjukkan tanggung jawab dengan menyelesaikan tugas dengan sukses dan memiliki keberanian untuk mengambil risiko.
- b. Mampu dan bersedia menyerahkan keuntungan pribadi demi keseluruhan yang lebih besar atau entitas perusahaan.
- c. Menerima dirinya apa adanya, percaya pada kemampuannya sendiri, dan keberanian untuk menemukan solusi atas masalah apa pun yang dihadapinya.
- d. Berpartisipasi dalam setiap dan semua acara yang diselenggarakan oleh perusahaan atau grup.
- e. Karyawan selalu menerima secara konstruktif kritik konstruktif dari pimpinan atau karyawan lainnya.

³² W.J.S Poerwadarminta, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2002) hal. 609

³³ Agus Prayanto, *Pengaruh Kepemimpinan dan Kecerdasan Emosi Terhadap Loyalitas Karyawan: Pada Koperasi "SAE" Pujon Malang*, (Malang: Universitas Islam Negeri Malang, 2008) hal. 23

B. Kajian Teori

1. Teori Organisasi Neoklasik

Aliran yang berikutnya muncul adalah aliran Neoklasik disebut juga dengan “Teori Hubungan manusiawi”. Teori ini muncul akibat ketidakpuasan dengan teori klasik dan teori merupakan penyempurnaan teori klasik. Teori ini menekankan pada “pentingnya aspek psikologis dan social karyawan sebagai individu ataupun kelompok kerja”. Tokoh teori ini diawali oleh Elton Mayo (1927) yang membentuk aliran antar manusia (human relation school), memandang organisasi sebagai sesuatu yang terdiri dari tugas-tugas dari sisi manusia dibanding sisi mesin.³⁴

Percobaan yang dilakukan Elton Mayo seorang riset dari Western Electric menyimpulkan bahwa pentingnya memperhatikan insentif upah dan Kondisi kerja karyawan dipandang sebagai faktor penting peningkatan produktifitas.

Mayo dan timnya melakukan serangkaian eksperimen untuk memahami hubungan antara kondisi kerja dan produktivitas karyawan. Namun, mereka menemukan bahwa faktor-faktor sosial dan psikologis memiliki pengaruh yang lebih besar daripada faktor-faktor fisik terhadap produktivitas dan kepuasan kerja.³⁵ Temuan-temuan ini membentuk dasar dari teori Hubungan Manusia. Mayo menekankan pentingnya hubungan sosial di tempat kerja.

³⁴ Leonardo Budi H, “Teori Organisasi Suatu Tinjauan Perspektif Sejarah”, dalam *Jurnal Unpand*, (2013): 8

³⁵ Yovita Sabarina Sitepu, "Paradigma dalam Teori Organisasi dan Implikasinya pada Komunikasi Organisasi", dalam *Jurnal Al-Azhar Indonesia Seri Pranata Sosial*, Vol. 1 No.2 (2011): 87.

Ia menyatakan bahwa karyawan tidak hanya berfungsi sebagai pekerja, tetapi juga sebagai individu yang memiliki kebutuhan sosial dan emosional. Hubungan yang baik antara karyawan, rekan kerja, dan manajemen dapat meningkatkan kepuasan kerja dan produktivitas. Dalam hal ini, Mayo juga menekankan pentingnya komunikasi yang baik antara manajemen dan karyawan.³⁶ Komunikasi yang terbuka, jujur, dan berkelanjutan dapat meningkatkan pemahaman, memperbaiki hubungan, dan menciptakan lingkungan kerja yang harmonis. Mayo juga menekankan pentingnya kerja sama dan kooperasi antara karyawan dan manajemen untuk mencapai tujuan bersama.

Dalam pembagian kerja Neoklasik memandang perlunya:³⁷

- a. Partisipasi
- b. Perluasan kerja
- c. Manajemen bottom_up

Peneliti menggunakan teori organisasi neoklasik dengan memberi perhatian khusus pada aspek psikologis dan sosial pada diri anggota organisasi, baik sebagai individu maupun kelompok kerja. Peneliti menggunakan teori tersebut dikarenakan komunikasi organisasi neoklasik dianggap sebagai bentuk komunikasi yang paling efektif dalam upaya menekankan aspek-aspek psikologis dan sosial terutama di lingkungan kerja. Dengan diterapkannya ketiga pembagian kerja neoklasik (partisipasi, perluasan kerja, dan manajemen bottom up), maka hubungan antar anggota maupun dengan pimpinan organisasi bisa terjalin secara efisien.

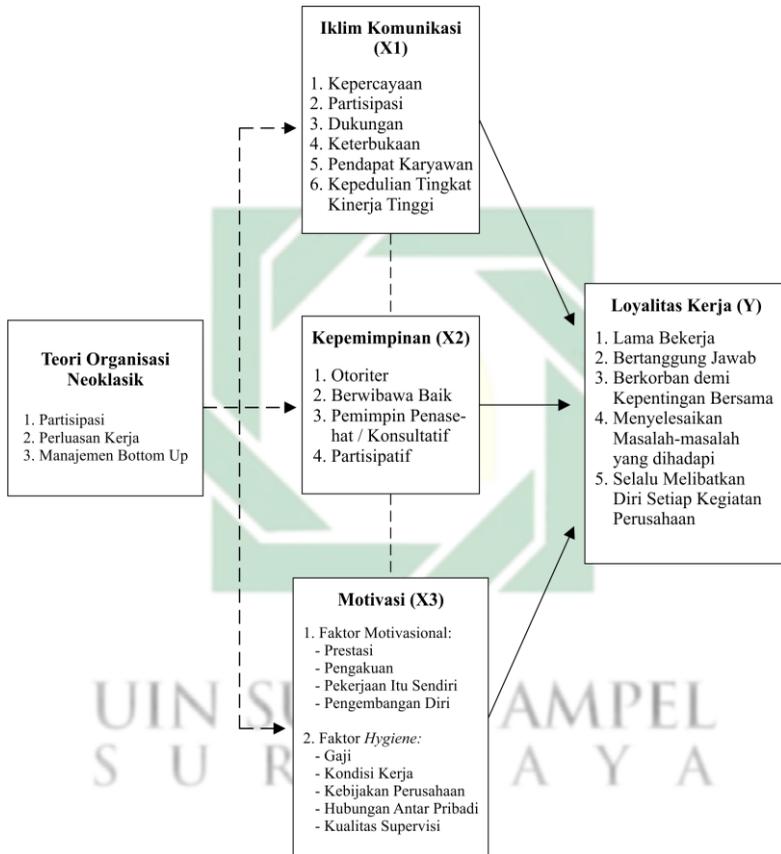
³⁶ *Ibid.*

³⁷ Leonardo Budi H, "Teori Organisasi Suatu Tinjauan Perspektif Sejarah", dalam *Jurnal Unpand*, (2013): 9.

C. Kerangka Pikir Penelitian

Kerangka Teori Penelitian

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian



Adapun permasalahan daripada latar belakang penelitian ini tidak lain dan tidak bukan yakni bagaimana di dalam iklim komunikasi, kepemimpinan, dan motivasi merupakan beberapa hal yang mungkin dapat

mempengaruhi keloyalitasan seorang karyawan (CV. Harry Enterprise Surabaya).

Berdasarkan fenomena diatas, penelitian terbagi menjadi empat variabel. Iklim Komunikasi (X1), Kepemimpinan (X2), Motivasi (X3) dan Loyalitas Kerja (Y). Peneliti ingin meneliti apakah iklim komunikasi, kepemimpinan, dan motivasi memiliki pengaruh terhadap loyalitas kerja. Penelitian yang dilakukan, mempergunakan teori organisasi neoklasik. Dimana pimpinan diharapkan memberi perhatian khusus pada aspek psikologis dan sosial pada diri anggota organisasi, baik sebagai individu maupun kelompok kerja, untuk mencapai tujuan perusahaan.

D. Perspektif Islam

Bagi umat Islam, kerja harian mereka adalah semacam doa kepada Allah untuk rezeki yang mereka butuhkan. Termasuk perang suci demi Allah. Dalam agama Islam, melakukan perbuatan baik dianggap sebagai semacam pemujaan. Para ahli dan pekerja keras, Rasulullah, para nabi, dan para sahabatnya adalah teladan yang dicita-citakan.

Uraian pekerjaan dalam agama Islam tertuang pada sebuah hadits yang diriwayatkan oleh Imam Thabrani:

إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ إِذَا عَمِلَ أَحَدُكُمْ عَمَلًا أَنْ يُتَّقِنَهُ

“Sesungguhnya Allah sangat mencintai orang yang jika melakukan sesuatu pekerjaan dilakukan secara itqan (tepat waktu, terarah, jelas dan menyeluruh)”.

Berlandaskan hadits di atas, pada pandangan agama Islam segala sesuatu dituntut mencapai keteraturan dan ketelitian dalam pekerjaan seseorang.³⁸ Seluruh proses

³⁸ Norma Yunia, “Manajemen dan Kinerja Karyawan ditinjau dalam Perspektif Islam”, dalam *Jurnal Aksioma*, Vol. 5 No. 1 (2017): 34.

harus dipatuhi dengan ketat. Melakukan sesuatu dengan cepat tidak dapat diterima. Allah SWT menghargai upaya yang memiliki tujuan tertentu dan dibangun di atas dasar yang kokoh. Maka, bekerja dengan sungguh-sungguh secara maksimal sesuai dengan arahan pimpinan merupakan sebuah prinsip dalam islam yang harus dilakukan saat menjalankan suatu pekerjaan. Hal ini telah disyariatkan dalam ajaran Islam sesuai dengan hadits yang diriwayatkan oleh Imam Thabrani diatas.

E. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini akan menggunakan beberapa rujukan sebagai penelitian terdahulu sebagai pedoman dan pendukung. Penelitian-penelitian ini memiliki hubungan dengan apa yang akan peneliti lakukan. Adapun beberapa kajian dari penelitian terdahulu yang sudah peneliti kumpulkan ialah:

1. Skripsi *“Pengaruh Kepemimpinan Dan Kompensasi Terhadap Loyalitas Karyawan Pada Restoran Kampoeng Deli Medan”* Yang disusun oleh Fitri Yani Indah Harahap, mahasiswa Prodi Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area pada tahun 2016. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Hasil dari penelitian ini adalah kepemimpinan dan rencana gaji Kampoeng Deli Medan memiliki dampak yang signifikan terhadap dedikasi staf mereka.³⁹

Persamaan: Persamaan dari penelitian peneliti dengan ini ada pada variabel terikatnya yakni loyalitas karyawan.

³⁹ Fitri Yani Indah Harahap, Skripsi: *“Pengaruh Kepemimpinan Dan Kompensasi Terhadap Loyalitas Karyawan Pada Restoran Kampoeng Deli Medan”* (Medan: Universitas Medan Area, 2016).

Perbedaan: Yang membedakan penelitian ini adalah fokusnya pada kepemimpinan dan kompensasi sebagai variabel independen, daripada target penelitian lainnya. Objek yang diteliti adalah Karyawan Restoran Kampoeng Deli Medan, sedangkan peneliti menggunakan iklim komunikasi, kepemimpinan, dan motivasi sebagai variabel bebas, dan menggunakan Karyawan CV. Harry Enterprise Surabaya sebagai objek penelitian.

2. Skripsi “*Pengaruh Iklim Organisasi Terhadap Loyalitas Kinerja Karyawan PT. Cendana Tehnika Utama Malang* Yang disusun oleh Mochammad Iqbal, mahasiswa Prodi Psikologi Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang pada tahun 2019”. Metode penelitiannya menggunakan kuantitatif. Loyalitas karyawan di PT Cendana nampaknya cukup tinggi mengingat hasil penelitian tersebut yang memberikan skor atau nilai 100% berdasarkan tanggapan dari total 27 karyawan.⁴⁰

Persamaan: Loyalitas karyawan merupakan variabel dependen, sama seperti peneliti dalam penelitian ini.

Perbedaan: Perbedaan terletak pada variabel independen dan objek penelitian. Variabel independen pada penelitian ini adalah iklim organisasi. Objek yang diteliti adalah Karyawan PT. Cendana Tehnika Utama Malang, sedangkan peneliti menggunakan iklim komunikasi, kepemimpinan, dan motivasi sebagai variabel bebas, dan menggunakan Karyawan CV. Harry Enterprise Surabaya sebagai objek penelitian.

3. Jurnal “*Pengaruh Iklim Komunikasi Organisasi PT. Djatim Super Cooking Oil Surabaya Terhadap Kinerja*

⁴⁰ Mochammad Iqbal, Skripsi: “*Pengaruh Iklim Organisasi Terhadap Loyalitas Kinerja Karyawan PT. Cendana Tehnika Utama Malang*” (Malang: UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, 2019).

Karyawan” yang disusun oleh Benedicta Yoanne S., Vol 1 No. 3 tahun 2013. Pendekatan kuantitatif digunakan pada penelitian ini. Temuan pada penelitian ini ialah iklim komunikasi organisasi PT. Djatim Super Cooking Oil Surabaya berpengaruh terhadap kinerja karyawan.⁴¹

Persamaan: Persamaannya ada pada variabel bebas yaitu iklim komunikasi organisasi, yang sama dengan salah satu variabel bebas yang sedang diteliti peneliti.

Perbedaan: Perbedaannya terletak pada variabel terikat, dan objek penelitian. Penelitian ini menggunakan kinerja karyawan sebagai variabel terikatnya dan Karyawan PT. Djatim Super Cooking Oil Surabaya sebagai objek penelitian, sedangkan peneliti menggunakan loyalitas karyawan sebagai variabel terikatnya, dan Karyawan CV. Harry Enterprise Surabaya sebagai objek penelitian.

4. Jurnal International *“Improving Loyalty Of School Management Personnel Through Organizational Communications Approach”* yang disusun oleh Aini Safitri, Heri Rahmatsyah Putra, pada tahun 2021. Pendekatan kualitatif yang digunakan pada penelitian ini. Hasil dari penelitian ini ialah bentuk komunikasi organisasi yang dilakukan secara vertical dan horizontal bisa meningkatkan loyalitas warga sekolah. Komunikasi vertikal dicontohkan dengan kepala sekolah berkomunikasi secara terbuka kepada guru dan karyawan, komunikasi horizontal dicontohkan dengan guru dan karyawan saling menciptakan suasana yang harmonis dan menyenangkan di lingkungan SD Negeri 24 Bangko Mukti Riau.⁴²

⁴¹ Benedicta Yoanne S., *“Pengaruh Iklim Komunikasi Organisasi PT. Djatim Super Cooking Oil Surabaya Terhadap Kinerja Karyawan”* E-Komunikasi, Vol. 1 No. 3, Tahun 2013.

⁴² Aini Safitri, Heri Rahmatsyah Putra, *“Improving Loyalty Of School Management Personnel Through Organizational Communications Approach”* Jurnal Tarbiyah, Vol. 2 No. 28, Tahun 2021.

Persamaan: Persamaan dari penelitian ini terdapat di variabel bebasnya ialah iklim komunikasi yang sama dengan salah satu variabel bebas dari peneliti, selain itu variabel terikat juga mempunyai kesamaan yaitu sama-sama menggunakan loyalitas.

Perbedaan: Perbedaan dalam penelitian ini terletak pada objek yang diambil di variabel terikatnya, Berbeda dengan penelitian lain yang menggunakan setting bisnis sebagai variabel dependen, penelitian ini menggunakan institusi akademik sebagai subjek.

5. Jurnal International *“Role of Job Characteristics, Job Promotion and Disciplinary Work in Improving Employee Loyalty through Job Satisfaction in Department of Public Work in East Java Province”* yang disusun oleh Mahmudah Enny W., pada tahun 2016. Pendekatan kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini. Hasil dari penelitian ini ialah Karakteristik pekerjaan, promosi dan disiplin memiliki dampak langsung terhadap loyalitas karyawan dan kepuasan kerja di Dinas Pekerjaan Umum (PU) Provinsi Jawa Timur.⁴³

Persamaan: ada pada variabel terikat, yakni sama-sama menggunakan loyalitas karyawan.

Perbedaan: variabel bebas termasuk perbedaan dari penelitian ini, yakni menggunakan karakteristik pekerjaan, promosi kerja, dan disiplin kerja sebagai variabel bebas, sedangkan peneliti menggunakan iklim komunikasi, kepemimpinan, dan motivasi sebagai variabel bebas.

F. Hipotesis Penelitian

⁴³ Mahmudah Enny W., *“Role of Job Characteristics, Job Promotion and Disciplinary Work in Improving Employee Loyalty through Job Satisfaction in Department of Public Work in East Java Province”* Archives of Business Research, Vol. 4 No. 2, Tahun 2016.

Hipotesis penelitian ialah solusi jangka pendek untuk rumusan masalah penelitian yang akan dikuatkan oleh temuan empiris penelitian.⁴⁴ Adapun hipotesis yang peneliti angkat dari permasalahan penelitian yang telah disampaikan sebelumnya yakni:

1. H_1 = Terdapat pengaruh iklim komunikasi terhadap loyalitas karyawan CV. Harry Enterprise Surabaya.
 H_0 = Tidak terdapat pengaruh iklim komunikasi terhadap loyalitas karyawan CV. Harry Enterprise Surabaya.
2. H_2 = Terdapat pengaruh kepemimpinan terhadap loyalitas karyawan CV. Harry Enterprise Surabaya.
 H_0 = Tidak terdapat pengaruh kepemimpinan terhadap loyalitas karyawan CV. Harry Enterprise Surabaya.
3. H_3 = Terdapat pengaruh motivasi terhadap loyalitas karyawan CV. Harry Enterprise Surabaya.
 H_0 = Tidak terdapat pengaruh motivasi terhadap loyalitas karyawan CV. Harry Enterprise Surabaya.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

⁴⁴ Hendri Tanjung, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, (Jakarta: Gramata Publishing, 2013), hal. 97.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, jenis penelitian kuantitatif digunakan untuk mengetahui, mendeskripsikan, dan memahami fenomena yang akan diteliti.⁴⁵ Peneliti menggunakan pendekatan survey dengan jenis penelitian kuantitatif dikarenakan ingin menjawab rumusan masalah penelitian ini. Sugiyono menyatakan, penelitian dengan menggunakan kuesioner sebagai alat penelitian merupakan pemahaman tentang metode survey, apakah populasi yang diteliti besar atau kecil.⁴⁶ Namun, data yang dianalisis adalah sampel yang diambil dari populasi secara keseluruhan, dan tujuannya adalah untuk mengungkap pola prevalensi faktor sosial dan psikologis.⁴⁷ Dengan penelitian ini dapat dibuktikan pengaruh iklim komunikasi, kepemimpinan, serta motivasi terhadap loyalitas kerja karyawan CV. Harry Enterprise Surabaya.

B. Objek Penelitian

Menurut Sugiono objek penelitian merupakan Nilai variabel, sifat, atau fitur seseorang, aktivitas, atau item diselidiki untuk membentuk kesimpulan tentang variabel itu.⁴⁸ Objek yang diteliti oleh peneliti pada penelitian ini ialah karyawan yang bekerja di perusahaan CV. Harry

⁴⁵ Mutia Sari, dkk. "Explanatory Survey Dalam Metode Penelitian Deskriptif Kuantitatif", dalam *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer*, Vol. 3 No.1 (2023): 16.

⁴⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2011), hal. 11

⁴⁷ *Ibid.*, hal. 11

⁴⁸ *Ibid.*, hal. 38

Enterprise Surabaya. Alasan peneliti memilih objek tersebut adalah karena peneliti ingin melihat seberapa berpengaruhnya iklim komunikasi, kepemimpinan, dan motivasi terhadap loyalitas para karyawan terhadap perusahaan tersebut.

C. Polulasi, Sampel, dan Teknik Sampling

Populasi ialah objek atau tema yang membentuk area generalisasi telah ditetapkan berdasarkan sifat dan karakteristiknya, dan inilah yang akan dianalisis dan dijelaskan oleh peneliti.⁴⁹ Individu dalam sampel mencerminkan aspek populasi secara keseluruhan, seperti ukuran dan susunannya. Karena kendala seperti waktu, uang, dan sumber daya, peneliti seringkali perlu memperoleh sampel dari populasi yang lebih besar sebelum melakukan analisis mendalam terhadapnya. Hasil dari sampel akan digeneralisasikan ke seluruh kelompok. Ini menekankan perlunya mengambil sampel yang sepenuhnya representatif dari populasi.⁵⁰

Metode pengambilan sampling dalam penelitian ini dilaksanakan dengan cara *Probability Sampling*. Prosedur pengambilan sampel ini dilakukan dengan memberikan setiap anggota populasi kesempatan yang adil untuk bergabung dengan sampel.⁵¹ Sampel probabilitas memiliki makna jika tiap sampel dipilih berlandaskan prosedur seleksi serta mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih. Probabilitas Saat melakukan sampel, peneliti harus memiliki pengertian yang baik tentang ukuran total populasi, gagasan

⁴⁹ *Ibid.*, hal. 55.

⁵⁰ *Ibid.*, hal. 118.

⁵¹ Heri Retnawati, "Teknik Pengambilan Sampel," *dalam Workshop Update Penelitian Kuantitatif, Teknik Sampling, Analisis Data, Dan Isu Plagiarisme* (2017): 2.

yang baik tentang seberapa besar sampel yang mereka butuhkan, dan gagasan yang baik tentang bagaimana mendistribusikan sampel tersebut secara merata di antara populasi.⁵² Adapun sampel pada penelitian ini ialah karyawan CV. Harry Enterprise yang berjumlah 40.

D. Variabel dan Indikator Penelitian

Variabel penelitian ialah unsur-unsur, dalam bentuk apa pun yang dipilih peneliti untuk digunakan sebagai landasan pengukuran dalam penelitian, yang menjadi fokus kajian, dari mana data dikumpulkan dan ditarik kesimpulan.⁵³ Pada penelitian ini terdapat empat variabel yang akan menjadi dasar penelitian, yaitu tiga variabel bebas (X) dan satu variabel terikat (Y). Oleh karena itu, penjelasan variabel yang akan digunakan ialah sebagai berikut: dari judul penelitian, didapatkan variabel yaitu:

1. Variabel Bebas

Variabel bebas yaitu Variabel independen dibuat oleh, atau diubah oleh, variabel kausal.⁵⁴ Variabel bebas pada penelitian ini ialah:

X₁ = Iklim Komunikasi

X₂ = Kepemimpinan

X₃ = Motivasi

2. Variabel Terikat

Variabel terikat ialah variabel-variabel yang perubahannya akibat langsung dari independensi mereka satu sama lain.⁵⁵ Berikut uraian dari variabel terikat, yakni:

⁵² Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*, (Jakarta: Erlangga, 2009) hal.127

⁵³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016) hal.38

⁵⁴ *Ibid.*

⁵⁵ *Ibid.*

Y = Loyalitas Kerja

Berikut indikator dari setiap variabel :

Tabel 3.1 Indikator Variabel

Variabel	Indikator	Daftar Pertanyaan
Iklim Komunikasi (X ₁)	Pengalaman dan persepsi karyawan tentang saling percaya	1. Pimpinan mengapresiasi pekerjaan yang saya lakukan
		2. Saya mempercayai kemampuan dari pimpinan
	Partisipasi dalam pengambilan keputusan	3. Pimpinan melibatkan saya dalam pengambilan keputusan yang terkait dengan bidang saya
		4. Pimpinan mendengarkan pendapat serta laporan dari karyawan
	Memberikan dukungan	5. Saya bekerja dengan maksimal ketika pimpinan memberikan tugas
		6. Saya merasakan organisasi ini menghargai perbedaan pendapat
	Keterbukaan dalam	7. Saya diberikan informasi yang jelas

	komunikasi kepada bawahan	terkait dengan tugas-tugas saya
		8. Saya mudah melakukan akses terhadap informasi pekerjaan
	Kesediaan untuk mendengar komunikasi dari bawahan	9. Saya diberikan kesempatan untuk mengemukakan pendapat
		10. Saya merasa bahwa pendapat saya didengarkan oleh pimpinan
	Kepedulian terhadap tingkat kinerja yang tinggi	11. Saya berkomitmen untuk menyelesaikan pekerjaan yang diberikan
		12. Saya merasa bahwa organisasi berupaya meningkatkan kesejahteraan karyawan jika hasil produksi tinggi
Kepemimpinan (X ₂)	Gaya otoriter	13. Pimpinan memberikan kepercayaan saya
		14. Pimpinan melibatkan saya dalam pengambilan keputusan
	Gaya berwibawa baik	15. Pimpinan memberikan kesempatan berpendapat kepada saya dalam pengambilan keputusan

		16. Pimpinan suka mendengarkan masukan dari bawahan
	Gaya pemimpin konsultatif	17. Pimpinan memberikan saya hak dalam pengambilan keputusan
		18. Pimpinan mengambil keputusan dengan menimbang pendapat karyawan
	Gaya kepemimpinan partisipatif	19. Pimpinan mempercayai saya untuk membuat keputusan
		20. Pimpinan ingin karyawannya aktif berpartisipasi dalam kemajuan perusahaan
Motivasi (X ₃)	Prestasi (<i>Achievement</i>)	21. Saya diberikan penghargaan atas pekerjaan yang telah saya selesaikan
		22. Saya mendapatkan bonus di waktu-waktu tertentu
	Pekerjaan itu sendiri (<i>The Works it self</i>)	23. Saya menyukai pekerjaan saya
		24. Saya merasa dapat mengembangkan diri dalam pekerjaan ini
	Gaji atau upah (Wages or salaries)	25. Saya digaji sesuai dengan bobot pekerjaan saya
		26. Saya mendapatkan gaji tepat waktu

	Kondisi kerja (Working Condition)	27. Saya merasa senang dengan lingkungan di pekerjaan saya
		28. Saya merasa nyaman dengan lingkungan di pekerjaan saya
	Hubungan antar pribadi (Interpersonal Relation)	29. Saya memiliki hubungan baik dengan pimpinan
		30. Saya memiliki hubungan yang baik dengan teman-teman kerja
Loyalitas Kerja (Y)	Bertanggung jawab	31. Saya bertanggung jawab terhadap pekerjaan yang diberikan
		32. Saya menyelesaikan seluruh pekerjaan tepat waktu
	Mau berkorban untuk kepentingan bersama	33. Saya meluangkan waktu untuk menyelesaikan pekerjaan di luar jam kerja
		34. Saya sering mengalah untuk keputusan bersama
	Berani menjadi diri sendiri	35. Saya yakin untuk mengatakan isi pikiran saya kepada pimpinan
		36. Saya yakin untuk melakukan kritik kepada pimpinan
		37. Saya aktif di setiap kegiatan yang

		diselenggarakan perusahaan
	Aktif melibatkan diri	38. Saya membantu menggantikan pekerjaan teman-teman saya saat mereka berhalangan
	Terbuka dengan kritik	39. Saya lapang dada jika mendapatkan masukan dari pimpinan
		40. Saya lapang dada jika mendapatkan masukan dari teman-teman kerja

E. Tahap-Tahap Penelitian

1. Mengidentifikasi Masalah

Pada tahap ini, peneliti mencari masalah yang menarik untuk dibahas berdasarkan penelitian komunikasi yang dapat berimbas kepada masyarakat luas.

2. Memilih dan Menentukan Judul

Setelah mengidentifikasi masalah, peneliti menentukan judul penelitian dengan memilih variabel yang digunakan pada penelitian.

3. Melakukan Studi Pustaka

Studi Pustaka dilakukan setelah mengetahui variabel yang digunakan dalam penelitian. Dengan melihat dari penelitian terdahulu sebagai pedoman dalam mendukung penelitian.

4. Merumuskan Hipotesis

Dalam tahap ini penulis merumuskan hipotesis yang nantinya akan di uji pada penelitian ini.

5. Menyusun Instrumen

Instrumen penelitian disusun dengan memerhatikan variabel yang sudah ditentukan. Lalu menuliskan definisi operasionalnya, dan menentukan indikator yang akan diukur.

6. Mengumpulkan dan Menganalisis Data

Setelah menentukan instrument dan indikator untuk melakukan penelitian. Selanjutnya peneliti mengumpulkan data dengan menyebarkan kuesioner ke objek. Setelah mengumpulkan data, hasilnya kemudian di analisis menggunakan analisis data inferensial.

7. Menyajikan dan Menginterpretasikan Temuan

Hasil dari analisis data disajikan oleh peneliti dengan memberikan pandangan secara teoretis sesuai dengan data sesungguhnya.

8. Membuat Kesimpulan dan Saran

Membuat kesimpulan dari seluruh kegiatan penelitian dan uji data yang didapatkan, serta memberikan saran kepada pembaca dan peneliti selanjutnya.

F. Teknik Pengumpulan Data

2 faktor utama kualitas pengumpulan data dan kualitas instrumen penelitian dapat memengaruhi kredibilitas temuan penelitian. Keandalan teknik pengumpulan data berhubungan langsung dengan kualitas data. Data dapat dikumpulkan dalam beberapa metode, termasuk dengan observasi langsung, wawancara langsung, survei online, atau gabungan dari semuanya.⁵⁶ Teknik pengumpulan kuesioner dan dokumentasi akan peneliti gunakan pada penelitian ini.

1. Kuesioner

⁵⁶ *Ibid.*, h.137

Dimungkinkan untuk mengumpulkan data melalui penggunaan kuesioner dengan mendistribusikan serangkaian pernyataan atau pertanyaan yang telah ditentukan sebelumnya dalam bentuk cetak ke sampel populasi yang luas.⁵⁷ Peneliti menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan data yang nantinya akan diuji melalui Teknik reliabilitas dan validitas. Peneliti menggunakan skala likert pada penelitian ini, digunakannya skala likert untuk mengukur pendapat, sikap, dan persepsi seseorang tentang suatu fenomena.

Tabel 3.2 Nilai Kuesioner

Kategori	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Ragu-Ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Pada tahap ini peneliti akan menyebarkan kuesioner yang telah dibuat berdasarkan instrument melalui kuesioner tertulis dan diharapkan mampu memperoleh hasil dari tanggapan karyawan CV. Harry Enterprise Surabaya.

2. Dokumentasi

Temuan penelitian ini didasarkan pada sejumlah besar sumber, termasuk situs web online, jurnal komunikasi, buku penelitian kuantitatif, statistik penelitian serta literasi lain yang berhubungan dengan studi komunikasi, motivasi, kepemimpinan, dan loyalitas, serta data administrasi CV. Sepanjang studi saya, Harry Enterprise Surabaya telah menjadi narasumber yang andal.

⁵⁷ *Ibid.*, h. 142

G. Teknik Reliabilitas dan Validitas Instrumen Penelitian

Sugiyono menyatakan pengujian reliabilitas instrumen bisa dilakukan dengan cara melakukan analisis konsistensi pernyataan-pernyataan yang terdapat dalam instrumen dengan menggunakan teknik tertentu. Ada banyak jenis pengujian eksternal, termasuk metode uji-ulang (stabilitas), metode ekuivalen, dan hibrid dari keduanya.⁵⁸ Koefisien alfa digunakan dalam analisis reliabilitas yang dilakukan dengan Alpha Cronbac dalam perangkat lunak statistik SPSS Microsoft (nilai 0-1). Dengan kata lain, nilai alpha yang lebih tinggi menunjukkan lebih banyak ketergantungan. Versi Windows Paket Statistik untuk Ilmu Sosial (SPSS) digunakan untuk penilaian validitas. Uji validitas menggunakan teknik uji korelasi product moment pada aplikasi SPSS. Setiap skor item akan dikorelasikan dengan skor total.

H. Teknik Analisis Data

Analisis regresi linier berganda paling tepat untuk menguji hipotesis penelitian dan mencapai tujuan penelitian, analisis ini akan digunakan di sini. Mengamati dampak dan hubungan variabel independen penelitian terhadap variabel dependen memungkinkan identifikasi berbagai metode analisis regresi linier. Dengan analisis linier berganda akan diketahui seberapa besar iklim komunikasi, kepemimpinan dan motivasi mempengaruhi loyalitas karyawan di CV. Harry Enterprise Surabaya.

⁵⁸ *Ibid.*, h.267

Dalam penelitian ini akan menggunakan rumus persamaan regresi linier berganda yakni:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Keterangan :

Y: Loyalitas Kerja

a: Konstanta

X₁: Iklim Komunikasi

X₂: Kepemimpinan

X₃: Motivasi

b₁ b₂ b₃: Koefisien Regresi



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

1. Sejarah CV. Harry Enterprise

CV. Harry Enterprise adalah perusahaan yang berdiri sejak tahun 1994 yang didirikan oleh Bapak Sastra Harijanto Tjondrokusumo yang pada awalnya bergerak di bidang makanan (selai). Produk dari CV. Pada awal berdirinya, perusahaan ini berlokasi di kota Surabaya, namun setelah CV. Harry Enterprise berkembang, divisi produksi dipindahkan ke kota Malang, sedangkan divisi administrasi tetap di Surabaya. Harry Enterprise diberi nama Harry Sweet Nice Jam. Produk yang dihasilkan oleh perusahaan ini telah dipasarkan di banyak kota besar di Indonesia, bahkan dapat ditemukan di wilayah Papua.⁵⁹

Pada tahun 2005, pendiri perusahaan ini ingin melakukan inovasi yang lain, maka pada saat itu Michael Tj Gelato & Coffe didirikan, sebuah restoran dan kafe es krim gelato, selain memproduksi es krim gelato yang terbuat dari susu pilihan, restoran ini juga menjual makanan lain. Mulai dari makanan khas daerah di Indonesia seperti nasi rawon, nasi goreng jawa, dan lain sebagainya, untuk mengimbangi selera konsumen ada juga makanan khas luar negeri seperti spaghetti, canada putine, dan lainnya.

Bapak Sastra selaku pendiri CV. Harry Enterprise adalah mantan atlet dan pelatih balap sepeda nasional, kecintaannya pada dunia balap sepeda tidak pernah pudar

⁵⁹ Wawancara dengan Sastra Harijanto Tjondrokusumo, tanggal 24 September 2022 di Kantor CV. Harry Enterprise Surabaya.

sehingga pada tahun 2018 berdirilah toko olahraga jersey balap sepeda yang diberi nama Cortiger.

Adapun saat ini CV. Harry Enterprise berkembang dari hanya memproduksi selai menjadi memiliki dua anak perusahaan yaitu Michael Tj Gelato Caffe dan juga Cortiger.

2. Struktur Perusahaan

Adapun susunan organisasi dari CV. Harry Enterprise adalah sebagai berikut:

Gambar 4.1 Struktur CV. Harry Enterprise Surabaya

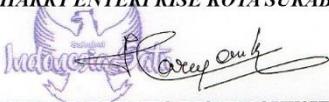
SUSUNAN PENGURUS CV. HARRY ENTERPRISE KOTA SURABAYA

DEWAN PEMBINA : SASRA HARIJANTO TJONDROKUSUMO

DEWAN PENASEHAT : ISMAIL WAHAB

- KETUA : MAXIE E MAMIRI, SH
- SEKRETARIS : ENDANG TRISWATI S.Sos
- BENDAHARA : JUWITA TINA KANA
- HUMAS / PR : JEAN MARIE CHRISTA ADAM
- BIDANG UMUM : RACHMAWATI

Surabaya, 9 Juli 2004
CV. HARRY ENTERPRISE KOTA SURABAYA


SASRA HARIJANTO TJONDROKUSUMO
Ketua

3. Deskripsi Data Responden

Obyek penelitian ini ialah karyawan aktif di perusahaan CV. Harry Enterprise Surabaya. Sajian data yang diperlihatkan disini, diambil dari angket kuisioner yang diberikan kepada karyawan secara langsung di CV. Harry Enterprise Surabaya. Jumlah karyawan yang masuk saat itu sebanyak 50 an orang, dan diambil 40 karyawan untuk menjadi responden penelitian. Dibawah ini adalah pemaparan data dari kuisioner:

a) Jenis Kelamin

Jenis Kelamin					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	17	42.5	42.5	42.5
	Perempuan	23	57.5	57.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

Dari pemaparan tabel di atas, bisa kita ketahui bahwa perbandingan jenis kelamin pada responden adalah laki-laki dan perempuan. Dengan 17 responden laki-laki sebanyak (42,5%) dan 23 responden perempuan sebanyak (57,5%). Berdasarkan tabel diatas bisa diketahui karyawan aktif CV. Harry Enterprise Surabaya didominasi oleh perempuan.

b) Usia

Usia					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18-23 Tahun	9	22.5	22.5	22.5
	24-29 Tahun	8	20.0	20.0	42.5
	30-35 Tahun	4	10.0	10.0	52.5
	36-41 Tahun	5	12.5	12.5	65.0
	42-47 Tahun	10	25.0	25.0	90.0
	48-54 Tahun	4	10.0	10.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

Dari pemaparan tabel di atas, dikarenakan karyawan CV. Harry Enterprise Surabaya memiliki perbedaan usia yang bermacam-macam, maka

peneliti membagi enam range usia karyawan. Tenaga kerja CV. Harry Enterprise Surabaya terdiri dari 22,5% berusia antara 18 sampai 23, 20% berusia antara 24 sampai 29, 10% berusia antara 30 sampai 35, 12,5% berusia antara 36 sampai 41, 25% berusia antara 42 sampai 47 tahun, dan sebanyak 10% berusia antara 48 sampai 54 tahun. Sehingga dapat disimpulkan karyawan CV. Harry Enterprise Surabaya paling banyak berusia 42-47 tahun, sedangkan paling sedikit berusia 30-35 tahun dan 48-54 tahun.

c) Tempat Asal

		Tempat Asal			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Surabaya	28	70.0	70.0	70.0
	Bojonegoro	2	5.0	5.0	75.0
	Gresik	1	2.5	2.5	77.5
	Nusa Tenggara Timur	1	2.5	2.5	80.0
	Madiun	1	2.5	2.5	82.5
	Nganjuk	1	2.5	2.5	85.0
	Sidoarjo	1	2.5	2.5	87.5
	Jember	1	2.5	2.5	90.0
	Bangkalan	1	2.5	2.5	92.5
	Kediri	1	2.5	2.5	95.0
	Malang	1	2.5	2.5	97.5
	Lumajang	1	2.5	2.5	100.0
Total		40	100.0	100.0	

Dari pemaparan table diatas, diketahui bahwa karyawan CV. Harry Enterprise Surabaya berasal dari berbagai daerah. Mayoritas karyawan berasal dari Surabaya yaitu sebanyak 28 karyawan (70%), dari Bojonegoro terdapat 2 karyawan, sedangkan dari Gresik, Nusa Tenggara Timur, Madiun, Nganjuk, Sidoarjo, Jember, Bangkalan, Kediri,

Malang, dan Lumajang masing-masing terdapat 1 karyawan.

d) Tahun Masuk Kerja

Tahun Masuk Kerja					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tahun 1998-2005	7	17.5	17.5	17.5
	Tahun 2006-2011	5	12.5	12.5	30.0
	Tahun 2012-2017	11	27.5	27.5	57.5
	Tahun 2018-2022	17	42.5	42.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

Dari pemaparan tabel diatas, peneliti membagi tahun masuk kerja karyawan menjadi empat range, diketahui pada tahun 1998-2005 sebanyak 7 karyawan masuk kerja (17,5%), pada tahun 2006-2011 sebanyak 5 karyawan masuk kerja (12,5%), pada tahun 2012-2017 sebanyak 11 karyawan masuk kerja (27,5%), pada tahun 2018-2022 sebanyak 17 karyawan masuk kerja (42,5%).

Diketahui bahwa tahun 2018-2022 menjadi tahun masuk kerja karyawan terbanyak yaitu sebanyak 17 karyawan.

B. Penyajian Data

1. Uji Validitas

Peneliti menggunakan uji validitas pada pernyataan yang dibuat dalam kuesioner untuk mengevaluasi keandalan informasi yang diperoleh dari survei. Menguji validitas alat ukur menentukan seberapa akurat alat tersebut memberikan hasil yang Anda harapkan. Hal ini mempunyai tujuan untuk memastikan validitas instrument pernyataan dari kuesioner.

Memahami bahwa data dapat dibandingkan atau sama sangat penting untuk kredibilitas dan reliabilitas penelitian. seberapa cocok hasil penelitian dengan data yang digunakan untuk membuat hasil. Dengan

memanfaatkan korelasi product moment yang akan mereka gunakan, para peneliti memastikan bahwa item-item pada instrumen pernyataan itu sahih. Dengan menggunakan metode korelasi momen produk Pearson dengan nilai kondisional r hitung $>$ nilai r tabel, kita dapat menentukan apakah sekumpulan pernyataan tertentu signifikan secara statistik bila dibandingkan dengan seluruh rangkaian pernyataan dalam variabel. Momen produk r adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1 Nilai r product moment

No	N	Taraf Signifikansi 5%
1	30	0,361
2	35	0,334
3	40	0,312
4	45	0,294
5	50	0,297

Pada tabel diatas diketahui bahwasanya hasil r tabel dengan 40 responden ialah 0,312. Berikut hasil pengujiannya yakni:

Tabel 4.2 Uji Validitas Variabel Iklim Komunikasi (X1)

S U R A B A Y A

Item Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
X1.1	0,520	0,312	Valid
X1.2	0,380	0,312	Valid
X1.3	0,520	0,312	Valid
X1.4	0,417	0,312	Valid
X1.5	0,398	0,312	Valid
X1.6	0,428	0,312	Valid
X1.7	0,622	0,312	Valid
X1.8	0,534	0,312	Valid
X1.9	0,470	0,312	Valid
X1.10	0,571	0,312	Valid
X1.11	0,570	0,312	Valid
X1.12	0,357	0,312	Valid

Menurut analisis di atas, semua komponen yang terdiri dari variabel iklim komunikasi dapat dianggap sah. Dengan r-hitung lebih besar dari 0,312, peneliti menyimpulkan bahwasanya semua 40 hal dalam pernyataan itu benar dan melanjutkan penelitian.

Tabel 4.3 Uji Validitas Variabel Kepemimpinan (X2)

Item Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
X2.1	0,334	0,312	Valid
X2.2	0,337	0,312	Valid
X2.3	0,421	0,312	Valid
X2.4	0,531	0,312	Valid
X2.5	0,639	0,312	Valid
X2.6	0,826	0,312	Valid
X2.7	0,531	0,312	Valid
X2.8	0,485	0,312	Valid

Menurut analisis di atas bahwasanya butir-butir variabel kepemimpinan dikatakan valid. Hal ini dikarenakan nilai r hitung mencapai lebih dari 0,312 maka 40 butir pernyataan dinyatakan valid serta dapat dilanjutkan dengan penelitian.

Tabel 4.4 Uji Validitas Variabel Motivasi (X3)

Item Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
X3.1	0,333	0,312	Valid
X3.2	0,326	0,312	Valid
X3.3	0,658	0,312	Valid
X3.4	0,693	0,312	Valid
X3.5	0,504	0,312	Valid
X3.6	0,562	0,312	Valid
X3.7	0,698	0,312	Valid
X3.8	0,573	0,312	Valid
X3.9	0,725	0,312	Valid
X3.10	0,598	0,312	Valid

Menurut analisis di atas, semua komponen yang terdiri dari variabel motivasi dapat dianggap sah. Dengan r-hitung lebih besar dari 0,312, kita bisa menyimpulkan bahwasanya semua 40 hal dalam pernyataan itu benar dan melanjutkan penelitian

Tabel 4.5 Uji Validitas Variabel Loyalitas Kerja (Y)

Item Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
Y.1	0,336	0,312	Valid
Y.2	0,484	0,312	Valid
Y.3	0,388	0,312	Valid
Y.4	0,444	0,312	Valid
Y.5	0,333	0,312	Valid
Y.6	0,355	0,312	Valid
Y.7	0,368	0,312	Valid
Y.8	0,439	0,312	Valid
Y.9	0,735	0,312	Valid
Y.10	0,735	0,312	Valid

Menurut analisis di atas, semua komponen yang terdiri dari variabel loyalitas kerja dapat dianggap sah. Dengan r-hitung lebih besar dari 0,312, kita bisa

menyimpulkan bahwasanya semua 40 butir dalam pernyataan itu benar dan dapat melanjutkan penelitian.

2. Uji Reliabilitas

Konsistensi kuesioner dievaluasi menggunakan uji reliabilitas. dengan menggunakan metode SPSS 25.0 Alpha Cronbach. Jika nilai koefisien reliabilitas instrumen (α) lebih dari 0,60, maka instrumen tersebut dapat dikatakan terpercaya.

Tabel 4.6 Nilai Realibilitas berdasarkan *Cronbach Alpha*

Alpha	Tingkat Reliabilitas
$0,80 < r_{ll} \leq 1,00$	reliabilitas sangat tinggi
$0,60 < r_{ll} \leq 0,80$	reliabilitas tinggi
$0,40 < r_{ll} \leq 0,60$	reliabilitas sedang
$0,20 < r_{ll} \leq 0,40$	reliabilitas rendah
$r_{ll} \leq 0,20$	reliabilitas sangat rendah

Tabel 4.7 Uji Reliabilitas Variabel Iklim Komunikasi (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.687	12

Berdasarkan perhitungan yang dihitung dengan SPSS versi 25.0, maka didapatkan hasil bahwa variabel iklim komunikasi penelitian dapat dikatakan reliabel dikarenakan nilainya sebesar 0,687. Maka bisa dikatakan bahwasanya instrumen ini mempunyai tingkat reliabiilitas yang tinggi.

Tabel 4.8 Uji Reliabilitas Variabel Kepemimpinan (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.607	8

Berdasarkan perhitungan yang dihitung dengan SPSS versi 25.0, maka didapatkan hasil bahwa variabel iklim komunikasi penelitian dapat dikatakan reliabel dikarenakan nilainya sebesar 0,607. Maka bisa dikatakan bahwasanya instrumen ini mempunyai tingkat reliabilitas yang tinggi.

Tabel 4.9 Uji Reliabilitas Variabel Motivasi (X3)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.758	10

Berdasarkan perhitungan yang dihitung dengan SPSS versi 25.0, maka didapatkan hasil bahwa variabel motivasi penelitian dapat dikatakan reliabel dikarenakan memperoleh nilai sebesar 0,758. Sehingga bisa disimpulkan bahwa instrumen ini mempunyai tingkat reliabilitas yang tinggi.

Tabel 4.10 Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas Kerja (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.606	10

Berdasarkan perhitungan yang dihitung dengan SPSS versi 25.0, maka didapatkan hasil bahwa variabel loyalitas kerja penelitian dapat dikatakan reliabel dikarenakan mendapat nilai sebesar 0,606. Sehingga bisa

disimpulkan bahwa instrumen ini mempunyai tingkat reliabilitas yang tinggi.

3. Penyajian Data Iklim Komunikasi (X₁)

Tabel 4.11 Jawaban pernyataan 1

Pimpinan mengapresiasi pekerjaan yang saya lakukan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-Ragu	2	5.0	5.0	5.0
	Setuju	32	80.0	80.0	85.0
	Sangat Setuju	6	15.0	15.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

Berdasarkan data di atas, bisa diketahui bahwasanya jawaban responden ialah memilih 6 sangat setuju, 32 responden setuju, 2 responden ragu-ragu pada pertanyaan “Pimpinan mengapresiasi pekerjaan yang saya lakukan”.

Tabel 4.12 Jawaban pernyataan 2

Saya mempercayai kemampuan dari pimpinan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Setuju	34	85.0	85.0	85.0
	Sangat Setuju	6	15.0	15.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

Dari data di atas, bisa diketahui bahwasanya jawaban responden adalah memilih 6 sangat setuju, 34 responden setuju pada pertanyaan “Saya mempercayai kemampuan dari pimpinan”.

Tabel 4.13 Jawaban pernyataan 3

Pimpinan melibatkan saya dalam pengambilan keputusan yang terkait					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-Ragu	6	15.0	15.0	15.0
	Setuju	32	80.0	80.0	95.0
	Sangat Setuju	2	5.0	5.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

Berdasarkan data di atas, bisa diketahui bahwasanya jawaban responden adalah memilih 2 sangat setuju, 32 responden setuju, 6 responden ragu-ragu pada pertanyaan “Pimpinan melibatkan saya dalam pengambilan keputusan yang terkait dengan bidang saya”.

Tabel 4.14 Jawaban pernyataan 4

Pimpinan mendengarkan pendapat serta laporan dari karyawan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-Ragu	4	10.0	10.0	10.0
	Setuju	32	80.0	80.0	90.0
	Sangat Setuju	4	10.0	10.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

Berdasarkan data tersebut, bisa diketahui bahwasanya jawaban responden adalah memilih 4 sangat setuju, 32 responden setuju, 4 responden ragu-ragu pada pertanyaan “Pimpinan mendengarkan pendapat serta laporan dari karyawan”.

Tabel 4.15 Jawaban pernyataan 5

Saya bekerja dengan maksimal ketika pimpinan memberikan tugas					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-Ragu	4	10.0	10.0	10.0
	Setuju	18	45.0	45.0	55.0
	Sangat Setuju	18	45.0	45.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

Berdasarkan data di atas, bisa diketahui bahwasanya jawaban responden ialah memilih 18 sangat

setuju, 18 responden setuju, 4 responden ragu-ragu pada pertanyaan “Saya bekerja dengan maksimal ketika pimpinan memberikan tugas”.

Tabel 4.16 Jawaban pernyataan 6

Saya merasakan organisasi ini menghargai perbedaan pendapat					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-Ragu	3	7.5	7.5	7.5
	Setuju	27	67.5	67.5	75.0
	Sangat Setuju	10	25.0	25.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

Dari data tersebut, bahwasanya jawaban responden adalah memilih 27 sangat setuju, 10 responden setuju, 3 responden ragu-ragu pada pertanyaan “Saya merasakan organisasi ini menghargai perbedaan pendapat”.

Tabel 4.17 Jawaban pernyataan 7

Saya diberikan informasi yang jelas terkait dengan tugas-tugas saya					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Setuju	32	80.0	80.0	80.0
	Sangat Setuju	8	20.0	20.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

Dari data tersebut, bahwasanya jawaban responden adalah memilih 8 sangat setuju, 32 responden setuju pada pertanyaan “Saya diberikan informasi yang jelas terkait dengan tugas-tugas saya”.

Tabel 4.18 Jawaban pernyataan 8

Saya mudah melakukan akses terhadap informasi pekerjaan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-Ragu	5	12.5	12.5	12.5
	Setuju	28	70.0	70.0	82.5
	Sangat Setuju	7	17.5	17.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

Dari data tersebut, bahwasanya jawaban responden adalah memilih 7 sangat setuju, 28 responden setuju, 5 responden ragu-ragu pada pertanyaan “Saya mudah melakukan akses terhadap informasi pekerjaan”.

Tabel 4.19 Jawaban pernyataan 9

Saya diberikan kesempatan untuk mengemukakan pendapat					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-Ragu	7	17.5	17.5	17.5
	Setuju	27	67.5	67.5	85.0
	Sangat Setuju	6	15.0	15.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

Dari data tersebut, disimpulkan bahwasanya jawaban responden adalah memilih 6 sangat setuju, 27 responden setuju, 7 responden ragu-ragu pada pertanyaan “Saya diberikan kesempatan untuk mengemukakan pendapat”.

Tabel 4.20 Jawaban pernyataan 10

Saya merasa bahwa pendapat saya didengarkan oleh pimpinan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-Ragu	10	25.0	25.0	25.0
	Setuju	26	65.0	65.0	90.0
	Sangat Setuju	4	10.0	10.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

Berdasarkan data di atas, bisa diketahui bahwa jawaban responden adalah memilih 4 sangat setuju, 26 responden setuju, 10 responden ragu-ragu pada pertanyaan “Saya merasa bahwa pendapat saya didengarkan oleh pimpinan”.

Tabel 4.21 Jawaban pernyataan 11

Saya berkomitmen untuk menyelesaikan pekerjaan yang diberikan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Setuju	29	72.5	72.5	72.5
	Sangat Setuju	11	27.5	27.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

Dari data tersebut, disimpulkan bahwasanya jawaban responden adalah memilih 11 sangat setuju, 29 responden setuju pada pertanyaan “Saya berkomitmen untuk menyelesaikan pekerjaan yang diberikan”.

Tabel 4.22 Jawaban pernyataan 12

Saya merasa bahwa organisasi berupaya meningkatkan kesejahteraan karyawan jika hasil produksi tinggi					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-Ragu	2	5.0	5.0	5.0
	Setuju	32	80.0	80.0	85.0
	Sangat Setuju	6	15.0	15.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

Berdasarkan data di atas, bisa diketahui bahwasanya jawaban responden ialah memilih 6 sangat setuju, 32 responden setuju, 2 responden ragu-ragu pada pertanyaan “Saya merasa bahwa organisasi berupaya meningkatkan kesejahteraan karyawan jika hasil produksi tinggi”.

4. Penyajian Data Kepemimpinan (X₂)

Tabel 4.23 Jawaban pernyataan 13

Pimpinan memberikan kepercayaan kepada saya					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-Ragu	6	15.0	15.0	15.0
	Setuju	22	55.0	55.0	70.0
	Sangat Setuju	12	30.0	30.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

Berdasarkan data tersebut, bisa disimpulkan bahwasanya jawaban responden adalah memilih 12 sangat setuju, 22 responden setuju, 6 responden ragu-ragu pada pertanyaan “Pimpinan tidak memberikan kepercayaan kepada saya”.

Tabel 4.24 Jawaban pernyataan 14

Pimpinan melibatkan saya dalam pengambilan keputusan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-Ragu	4	10.0	10.0	10.0
	Setuju	16	40.0	40.0	50.0
	Sangat Setuju	20	50.0	50.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

Berdasarkan data tersebut, bisa disimpulkan bahwasanya jawaban responden adalah memilih 20 sangat setuju, 16 responden setuju, 4 responden ragu-ragu pada pertanyaan “Pimpinan tidak melibatkan saya dalam pengambilan keputusan”.

Tabel 4.25 Jawaban pernyataan 15

Pimpinan memberikan kesempatan berpendapat kepada saya dalam pengambilan keputusan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-Ragu	6	15.0	15.0	15.0
	Setuju	27	67.5	67.5	82.5
	Sangat Setuju	7	17.5	17.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

Dari data tersebut, bisa disimpulkan bahwasanya jawaban responden adalah memilih 7 sangat setuju, 27 responden setuju, 6 responden ragu-ragu pada pertanyaan “Pimpinan memberikan kesempatan berpendapat kepada saya dalam pengambilan keputusan”.

Tabel 4.26 Jawaban pernyataan 16

Pimpinan suka mendengarkan masukan dari bawahan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-Ragu	6	15.0	15.0	15.0
	Setuju	20	50.0	50.0	65.0
	Sangat Setuju	14	35.0	35.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

Berdasarkan data di atas, bisa diketahui bahwasanya jawaban responden ialah memilih 14 sangat setuju, 20 responden setuju, 6 responden ragu-ragu pada pertanyaan “Pimpinan suka mendengarkan masukan dari bawahan”.

Tabel 4.27 Jawaban pernyataan 17

Pimpinan memberikan saya hak dalam pengambilan keputusan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-Ragu	13	32.5	32.5	32.5
	Setuju	22	55.0	55.0	87.5
	Sangat Setuju	5	12.5	12.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

Dari data di atas, bisa dikatakan bahwasanya jawaban responden ialah memilih 5 sangat setuju, 22 responden setuju, 13 responden ragu-ragu pada pertanyaan “Pimpinan memberikan saya hak dalam pengambilan keputusan”.

Tabel 4.28 Jawaban pernyataan 18

Pimpinan mengambil keputusan dengan menimbang pendapat karyawan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-Ragu	9	22.5	22.5	22.5
	Setuju	20	50.0	50.0	72.5
	Sangat Setuju	11	27.5	27.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

Berdasarkan data tersebut, bisa diketahui bahwasanya jawaban responden ialah memilih 11 sangat setuju, 20 responden setuju, 9 responden ragu-ragu pada pertanyaan “Pimpinan mengambil keputusan dengan menimbang pendapat karyawan”.

Tabel 4.29 Jawaban pernyataan 19

Pimpinan mempercayai saya untuk membuat keputusan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-Ragu	17	42.5	42.5	42.5
	Setuju	18	45.0	45.0	87.5
	Sangat Setuju	5	12.5	12.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

Dari data tersebut, bisa disimpulkan bahwasanya jawaban responden adalah memilih 5 sangat setuju, 18 responden setuju, 17 responden ragu-ragu pada pertanyaan “Pimpinan mempercayai saya untuk membuat keputusan”.

Tabel 4.30 Jawaban pernyataan 20

Pimpinan ingin karyawannya aktif berpartisipasi dalam kemajuan perusahaan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-Ragu	4	10.0	10.0	10.0
	Setuju	27	67.5	67.5	77.5
	Sangat Setuju	9	22.5	22.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

Dari data tersebut, bisa dikatakan bahwasanya jawaban responden adalah memilih 9 sangat setuju, 27 responden setuju, 4 responden ragu-ragu pada pertanyaan “Pimpinan ingin karyawannya aktif berpartisipasi dalam kemajuan perusahaan”.

5. Penyajian Data Motivasi (X₃)

Tabel 4.31 Jawaban pernyataan 21

Saya diberikan penghargaan atas pekerjaan yang telah saya selesaikan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-Ragu	4	10.0	10.0	10.0
	Setuju	34	85.0	85.0	95.0
	Sangat Setuju	2	5.0	5.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

Berdasarkan data tersebut, bisa diketahui bahwasanya jawaban responden adalah memilih 2 sangat setuju, 34 responden setuju, 4 responden ragu-ragu pada pertanyaan “Saya diberikan penghargaan atas pekerjaan yang telah saya selesaikan”.

Tabel 4.32 Jawaban pernyataan 22

Saya mendapatkan bonus di waktu-waktu tertentu					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-Ragu	7	17.5	17.5	17.5
	Setuju	26	65.0	65.0	82.5
	Sangat Setuju	7	17.5	17.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

Dari data tersebut, bisa dikatakan bahwasanya jawaban responden adalah memilih 7 sangat setuju, 26 responden setuju, 7 responden ragu-ragu pada pertanyaan “Saya mendapatkan bonus di waktu-waktu tertentu”.

Tabel 4.33 Jawaban pernyataan 23

Saya menyukai pekerjaan saya					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-Ragu	2	5.0	5.0	5.0
	Setuju	23	57.5	57.5	62.5
	Sangat Setuju	15	37.5	37.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

Dari data tersebut, bisa diketahui bahwasanya jawaban responden adalah memilih 15 sangat setuju, 23 responden setuju, 2 responden ragu-ragu pada pertanyaan “Saya menyukai pekerjaan saya”.

Tabel 4.34 Jawaban pernyataan 24

Saya merasa dapat mengembangkan diri dalam pekerjaan ini					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-Ragu	4	10.0	10.0	10.0
	Setuju	32	80.0	80.0	90.0
	Sangat Setuju	4	10.0	10.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

Berdasarkan data tersebut, bisa diketahui bahwasanya jawaban responden adalah memilih 4 sangat setuju, 32 responden setuju, 4 responden ragu-ragu pada pertanyaan “Saya merasa dapat mengembangkan diri dalam pekerjaan ini”.

Tabel 4.35 Jawaban pernyataan 25

Saya digaji sesuai dengan bobot pekerjaan saya					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-Ragu	7	17.5	17.5	17.5
	Setuju	30	75.0	75.0	92.5
	Sangat Setuju	3	7.5	7.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

Dari data tersebut, bisa diketahui bahwasanya jawaban responden adalah memilih 3 sangat setuju, 30 responden setuju, 7 responden ragu-ragu pada pertanyaan “Saya digaji sesuai dengan bobot pekerjaan saya”.

Tabel 4.36 Jawaban pernyataan 26

Saya mendapatkan gaji tepat waktu					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-Ragu	3	7.5	7.5	7.5
	Setuju	20	50.0	50.0	57.5
	Sangat Setuju	17	42.5	42.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

Berdasarkan data tersebut, bisa diketahui bahwasanya jawaban responden adalah memilih 17 sangat setuju, 20 responden setuju, 3 responden ragu-ragu pada pertanyaan “Saya mendapatkan gaji tepat waktu”.

Tabel 4.37 Jawaban pernyataan 27

Saya merasa senang dengan lingkungan di pekerjaan saya					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-Ragu	4	10.0	10.0	10.0
	Setuju	27	67.5	67.5	77.5
	Sangat Setuju	9	22.5	22.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

Dari data di atas, bisa dikatakan bahwasanya jawaban responden ialah memilih 9 sangat setuju, 27 responden setuju, 4 responden ragu-ragu pada pertanyaan “Saya merasa senang dengan lingkungan di pekerjaan saya”.

Tabel 4.38 Jawaban pernyataan 28

Saya merasa nyaman dengan lingkungan di pekerjaan saya					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-Ragu	4	10.0	10.0	10.0
	Setuju	25	62.5	62.5	72.5
	Sangat Setuju	11	27.5	27.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

Berdasarkan data di atas, bisa dikatakan bahwasanya jawaban responden ialah memilih 11 sangat setuju, 25 responden setuju, 4 responden ragu-ragu pada pertanyaan “Saya merasa nyaman dengan lingkungan di pekerjaan saya”.

Tabel 4.39 Jawaban pernyataan 29

Saya memiliki hubungan baik dengan pimpinan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-Ragu	4	10.0	10.0	10.0
	Setuju	33	82.5	82.5	92.5
	Sangat Setuju	3	7.5	7.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

Dari data tersebut, bisa diketahui bahwasanya jawaban responden adalah memilih 3 sangat setuju, 33 responden setuju, 4 responden ragu-ragu pada pertanyaan “Saya memiliki hubungan baik dengan pimpinan”.

Tabel 4.40 Jawaban pernyataan 30

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-Ragu	3	7.5	7.5	7.5
	Setuju	21	52.5	52.5	60.0
	Sangat Setuju	16	40.0	40.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

Dari data tersebut, bisa diketahui bahwasanya jawaban responden adalah memilih 16 sangat setuju, 21 responden setuju, 3 responden ragu-ragu pada pertanyaan “Saya memiliki hubungan yang baik dengan teman-teman kerja”.

6. Penyajian Data Loyalitas Kerja (Y)

Tabel 4.41 Jawaban pernyataan 31

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-Ragu	6	15.0	15.0	15.0
	Setuju	30	75.0	75.0	90.0
	Sangat Setuju	4	10.0	10.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

Berdasarkan data di atas, bisa dikatakan bahwasanya jawaban responden ialah memilih 4 sangat setuju, 30 responden setuju, 6 responden ragu-ragu pada pertanyaan “Saya bertanggung jawab terhadap pekerjaan yang diberikan”.

Tabel 4.42 Jawaban pernyataan 32

Saya menyelesaikan seluruh pekerjaan tepat waktu					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-Ragu	9	22.5	22.5	22.5
	Setuju	25	62.5	62.5	85.0
	Sangat Setuju	6	15.0	15.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

Dari data tersebut, bisa diketahui bahwasanya jawaban responden adalah memilih 6 sangat setuju, 25 responden setuju, 9 responden ragu-ragu pada pertanyaan “Saya menyelesaikan seluruh pekerjaan tepat waktu”.

Tabel 4.43 Jawaban pernyataan 33

Saya meluangkan waktu untuk menyelesaikan pekerjaan di luar jam kerja					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-Ragu	5	12.5	12.5	12.5
	Setuju	27	67.5	67.5	80.0
	Sangat Setuju	8	20.0	20.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

Dari data tersebut, bisa diketahui bahwasanya jawaban responden adalah memilih 8 sangat setuju, 27 responden setuju, 5 responden ragu-ragu pada pertanyaan “Saya meluangkan waktu untuk menyelesaikan pekerjaan di luar jam kerja”.

Tabel 4.44 Jawaban pernyataan 34

Saya sering mengalah untuk keputusan bersama					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-Ragu	4	10.0	10.0	10.0
	Setuju	33	82.5	82.5	92.5
	Sangat Setuju	3	7.5	7.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

Dari data di atas, bisa dikatakan bahwasanya jawaban responden ialah memilih 3 sangat setuju, 33 responden setuju, 4 responden ragu-ragu pada pertanyaan Saya sering mengalah untuk keputusan bersama

Tabel 4.45 Jawaban pernyataan 35

Saya tidak ragu untuk mengatakan isi pikiran saya kepada pimpinan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-Ragu	8	20.0	20.0	20.0
	Setuju	28	70.0	70.0	90.0
	Sangat Setuju	4	10.0	10.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

Berdasarkan data tersebut, bisa diketahui bahwasanya jawaban responden adalah memilih 4 sangat setuju, 28 responden setuju, 8 responden ragu-ragu pada pertanyaan “Saya tidak ragu untuk mengatakan isi pikiran saya kepada pimpinan”.

Tabel 4.46 Jawaban pernyataan 36

Saya tidak ragu untuk melakukan kritik kepada pimpinan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-Ragu	4	10.0	10.0	10.0
	Setuju	27	67.5	67.5	77.5
	Sangat Setuju	9	22.5	22.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

Dari data tersebut, bisa disimpulkan bahwasanya jawaban responden adalah memilih 9 sangat setuju, 27 responden setuju, 4 responden ragu-ragu pada pertanyaan “Saya tidak ragu untuk melakukan kritik kepada pimpinan”.

Tabel 4.47 Jawaban pernyataan 37

Saya aktif di setiap kegiatan yang diselenggarakan perusahaan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-Ragu	4	10.0	10.0	10.0
	Setuju	32	80.0	80.0	90.0
	Sangat Setuju	4	10.0	10.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

Berdasarkan data tersebut, bisa diketahui bahwasanya jawaban responden adalah memilih 4 sangat setuju, 32 responden setuju, 4 responden ragu-ragu pada pertanyaan “Saya aktif di setiap kegiatan yang diselenggarakan perusahaan”.

Tabel 4.48 Jawaban pernyataan 38

Saya membantu menggantikan pekerjaan teman-teman saya saat mereka berhalangan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-Ragu	5	12.5	12.5	12.5
	Setuju	27	67.5	67.5	80.0
	Sangat Setuju	8	20.0	20.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

Dari data tersebut, bisa disimpulkan bahwasanya jawaban responden adalah memilih 8 sangat setuju, 27 responden setuju, 5 responden ragu-ragu pada pertanyaan “Saya membantu menggantikan pekerjaan teman-teman saya saat mereka berhalangan”.

Tabel 4.49 Jawaban pernyataan 39

Saya lapang dada jika mendapatkan masukan dari pimpinan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-Ragu	8	20.0	20.0	20.0
	Setuju	22	55.0	55.0	75.0
	Sangat Setuju	10	25.0	25.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

Berdasarkan data di atas, bisa dikatakan bahwasanya jawaban responden ialah memilih 10 sangat setuju, 22 responden setuju, 8 responden ragu-ragu pada pertanyaan “Saya lapang dada jika mendapatkan masukan dari pimpinan”.

Tabel 4.50 Jawaban pernyataan 40

Saya lapang dada jika mendapatkan masukan dari teman-teman kerja					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-Ragu	6	15.0	15.0	15.0
	Setuju	26	65.0	65.0	80.0
	Sangat Setuju	8	20.0	20.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

Berdasarkan data di atas, bisa dikatakan bahwasanya jawaban responden ialah memilih 8 sangat setuju, 26 responden setuju, 6 responden ragu-ragu pada pertanyaan “Saya lapang dada jika mendapatkan masukan dari teman-teman kerja”.

C. Pengujian Hipotesis

1. Uji Asumsi Klasik

Asumsi klasik peneliti akan diuji ketika yang pertama terbukti valid dan reliabel. Hal ini dilakukan

untuk memastikan bahwa data sampel yang diproses secara akurat mencerminkan populasi penuh. Uji asumsi klasik yakni:

a) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengidentifikasi informasi dengan distribusi yang khas. Ambang batas signifikansi $> 0,05$ digunakan dalam uji Kolmogorov-Smirnov. Berikut tabel hasil uji normalitas:

Tabel 4.51 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters ^{ab}	Mean	0.0000000
	Std. Deviation	0.10262861
Most Extreme Differences	Absolute	0.127
	Positive	0.127
	Negative	-0.069
Test Statistic		0.127
Asymp. Sig. (2-tailed)		.104 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Analisis tersebut menyimpulkan bahwasanya hasil uji normalitas mempunyai signifikansi variabel sebesar $0,104 > 0,05$. Jadi, variabel iklim komunikasi, variabel kepemimpinan, variabel motivasi serta variabel loyalitas kerja berdistribusi normal.

b) Uji Multikolinieritas

Tujuan pengujian multikolinieritas yakni mengetahui hubungan dalam regresi variabel independen. Pengujian multikolinieritas mempunyai ketentuan hasil yaitu dengan tidak adanya multikolinieritas. Untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinieritas dalam uji regresi maka VIF dan toleransi akan berguna dalam analisis ini. Saat melakukan regresi, jika VIF variabel independen kurang dari 10 dan toleransi lebih dari 0,10, multikolinieritas dihindari. Hasil dari uji multikolinieritas, yakni:

Tabel 4.52 Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Iklim Komunikasi	0.675	1.481
	Kepemimpinan	0.694	1.442
	Motivasi	0.827	1.209

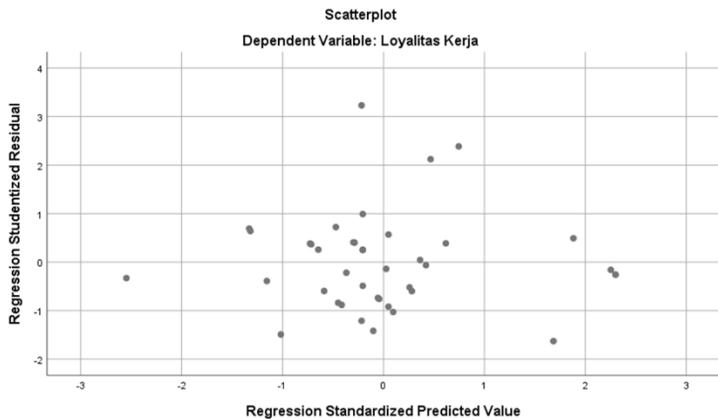
a. Dependent Variable: Loyalitas Kerja

Analisis tersebut dikatakan bahwasanya nilai toleransi variabel iklim komunikasi mendapat sebesar $0,675 > 0,10$ dan VIF $1,481 < 10$. Sedangkan untuk variabel kepemimpinan nilai toleransi $0,694 > 0,10$, sedangkan VIF $1,442 < 10$. Sementara itu, nilai VIF $1,209 < 10$, dan nilai toleransi motivasi $0,827 > 0,10$. Dapat diketahui bahwa variabel independent tidak terdapat gejala multikolinieritas.

c) Uji Heteroskedastisitas

Untuk menilai nilai berbagai bentuk residual selama penelitian, diperlukan pengujian heteroskedastisitas. Saat melakukan regresi, heteroskedastisitas harus tidak ada untuk hasil terbaik. Scatterplot secara grafis menampilkan ini. Jika tidak ada pola yang dapat dilihat di sebar, atau jika hanya titik acak yang ditampilkan, maka tidak ada heteroskedastisitas.

Gambar 4.2 Gambar Scatterplot



Titik-titik di sebar berikut didistribusikan secara acak di sekitar sumbu nol. Oleh karena itu, asumsi standar uji regresi dikonfirmasi. Tidak ada heteroskedastisitas yang dihasilkan sebagai konsekuensinya. Pilihan lainnya adalah uji gletser, yang dapat digunakan bersamaan dengan sebar. Untuk memeriksa heteroskedastisitas, gunakan uji Gletjer. Tujuan penggunaan tes gletser dapat

membantu mendukung penelitian. Uji Gletjer untuk heteroskedastisitas menggunakan temuan AbsRes (Absolute Residual) regresi dari variabel independen untuk menarik kesimpulan tentang distribusi variabel terikat. Jika probabilitas sig $>0,05$, sehingga tidak terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 4.53 Hasil Uji Gletjer

Variabel	Sig	Kesimpulan
Iklm Komunikasi	0,237	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Kepemimpinan	0,176	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Motivasi	0,970	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Tabel di atas menunjukkan bahwasanya temuan dari uji glejser untuk heteroskedastisitas yang memberikan bobot pada hipotesis nol bahwa heteroskedastisitas tidak ada. variabel Iklm Komunikasi mendapatkan nilai sig. $0,237 > 0,05$. Nilai sig. $0,176 > 0,05$ ditemukan untuk variabel Kepemimpinan. Nilai sig. untuk variabel Motivasi adalah $0,970 > 0,05$. Dengan demikian, model regresi peneliti tidak menunjukkan tanda-tanda heteroskedastisitas dan bisa digunakan lebih lanjut dalam pengujian.

2. Uji Regresi Linier Berganda

Pengujian korelasi linier antara banyak variabel memerlukan penggunaan uji regresi linier berganda. Nilai variabel dependen dapat diprediksi menggunakan variabel independen dan uji regresi linier berganda. Berikut nilai dari regresi linier berganda:

Tabel 4.54 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-8.104	4.795		-1.690	0.100
	Iklim Komunikasi	0.340	0.094	0.370	3.605	0.001
	Kepemimpinan	0.601	0.120	0.507	5.006	0.000
	Motivasi	0.366	0.080	0.423	4.559	0.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Kerja

Hasil analisis regresi linier berganda diperoleh persamaan regresi:

$$Y = -8,104 + 0,340X_1 + 0,601X_2 + 0,366X_3.$$

Jawaban persamaan untuk regresi linier berganda ialah: Konstanta (a) memiliki nilai negatif -8,104, menunjukkan bahwa ketika ketiga faktor iklim komunikasi, kepemimpinan, dan motivasi diatur ke nol (0) maka loyalitas karyawan menurun.

Sehubungan dengan variabel lain yang diuji, variabel iklim komunikasi (X1) menunjukkan pengaruh positif yang signifikan terhadap loyalitas karyawan (koefisien regresi = 0,340). Pengaruh kepemimpinan yang positif terhadap loyalitas karyawan ditunjukkan dengan koefisien regresi sebesar 0,601 untuk variabel kepemimpinan (X2). Karena nilai koefisien regresi variabel motivasi (X3) adalah 0,366, kita dapat menyimpulkan bahwa motivasi berpengaruh positif terhadap loyalitas karyawan.

Hasil penelitian menunjukkan nilai koefisien regresi iklim komunikasi (0,340), kepemimpinan (0,601), motivasi (0,366). Karena 0,601 > 0,340 dan 0,366 maka kepemimpinan merupakan variabel yang paling dominan mempengaruhi loyalitas karyawan.

Tabel 4.55 Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-8.104	4.795		-1.690	0.100
	Iklim Komunikasi	0.340	0.094	0.370	3.605	0.001
	Kepemimpinan	0.601	0.120	0.507	5.006	0.000
	Motivasi	0.366	0.080	0.423	4.559	0.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Kerja

Hasil perhitungan uji t variabel iklim komunikasi diperoleh nilai t hitung sebesar 3,605 > t tabel 2,028 dan nilai Sig. 0,001 < 0,05, maka Ho ditolak artinya iklim komunikasi (X1) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas karyawan (Y).

Hasil perhitungan uji t variabel kepemimpinan diperoleh nilai t hitung sebesar 5,006 > t tabel 2,028 dan nilai Sig. 0,000 < 0,05, maka Ho ditolak artinya kepemimpinan (X2) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas karyawan (Y).

Hasil perhitungan uji t variabel motivasi diperoleh nilai t hitung sebesar 4,559 > t tabel 2,028 dan nilai Sig. 0,000 < 0,05 maka Ho ditolak artinya motivasi (X3) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas karyawan (Y).

Tabel 4.56 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	198.070	3	66.023	34.797	.000 ^b
	Residual	68.305	36	1.897		
	Total	266.375	39			

a. Dependent Variable: Loyalitas Kerja
b. Predictors: (Constant), Motivasi, Kepemimpinan, Iklim Komunikasi

Hasil uji F diperoleh nilai Sig. 0,000 < 0,05 dan F hitung 34,797 > F table 2,86 maka Ho ditolak, sehingga model regresi tepat (fit) dalam memprediksi pengaruh

iklim komunikasi, kepemimpinan, motivasi terhadap loyalitas karyawan.

Tabel 4.57 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.862 ^a	0.744	0.722	1.377	0.744	34.797	3	36	0.000

a. Predictors: (Constant), Motivasi, Kepemimpinan, Iklim Komunikasi

Nilai *adjusted R square* sebesar 0,722 pada uji koefisien determinasi menunjukkan bahwasanya variabel iklim komunikasi, kepemimpinan, dan motivasi berpengaruh sebesar 72,2% terhadap loyalitas karyawan. Sedangkan variabel lainnya sebesar 27,8%.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Perspektif Teoritis

Di dalam teori organisasi neoklasik dijelaskan bahwa pentingnya aspek psikologis dan sosial karyawan sebagai individu ataupun kelompok kerja, dalam pembagian kerja neoklasik terdapat 3 poin yaitu partisipasi, perluasan kerja, dan manajemen bottom up.⁶⁰ Dalam penelitian ini, pimpinan perusahaan melakukan ketiga poin diatas dengan cara dengan cara menerima segala kritik, saran, dan juga masukan dari karyawan, dengan begitu hubungan perluasan kerja antar karyawan maupun dengan pimpinan dan juga manajemen bottom up lewat iklim komunikasi, kepemimpinan, dan motivasi

⁶⁰ Leonardo Budi H, "Teori Organisasi Suatu Tinjauan Perspektif Sejarah", dalam *Jurnal Unpand*, (2013): 8

untuk mencapai loyalitas karyawan yang dilakukan oleh pimpinan dapat berjalan dengan baik.

Pembahasan dari hasil penelitian akan dijelaskan oleh peneliti lewat data yang diperoleh dan diuji dengan menggunakan uji asumsi klasik serta uji regresi linier berganda dengan bantuan aplikasi *SPSS versi 25.0*.

Berdasarkan uji regresi linier berganda diketahui nilai uji korelasi atau *r* hitung yang muncul sebesar 0,340 untuk iklim komunikasi, 0,601 untuk kepemimpinan dan motivasi sebesar 0,366. Sebab $0,601 > 0,340$ dan $0,366$ sehingga kepemimpinan ialah variabel yang dominan mempengaruhi kinerja karyawan.

Dengan ditemukannya nilai determinasi yaitu uji koefisien determinasi diperoleh nilai *adjusted R square* 0,722 yang mempunyai arti pengaruh variabel iklim komunikasi, kepemimpinan, dan motivasi terhadap loyalitas karyawan sebesar 72,2%. Sedangkan 27,8% dipengaruhi oleh variabel lain.

Berdasar pada uji hipotesis, maka dapat diketahui bahwasanya hipotesis kerja (*H_a*) diterima serta hipotesis nol (*H_o*) ditolak.

2. Perspektif Islam

Setelah membuktikan bahwasanya variabel iklim komunikasi, kepemimpinan serta motivasi berpengaruh positif kepada loyalitas kerja. Bekerja sangat penting di dalam Islam. Hal ini menyiratkan sebuah pemahaman bahwa membangun iklim komunikasi, kepemimpinan dan motivasi untuk terciptanya loyalitas kerja dapat menjadi sebuah upaya ibadah bersama bagi pimpinan maupun karyawan.

Iklm Komunikasi merupakan salah satu variabel dalam penelitian ini, dalam QS. Thaha Ayat 43-44 yang berbunyi:

أَذْهَبَا إِلَىٰ فِرْعَوْنَ إِنَّهُ طَغَىٰ
فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَّيِّنًا لَّعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَىٰ

“Pergilah kamu berdua kepada Fir’aun karena benar-benar dia telah melampaui batas. Maka berbicaralah kamu berdua kepadanya dengan kata-kata yang lemah lembut, mudah-mudahan dia sadar atau takut”.

Dalam Al Quran di atas, Allah SWT memerintahkan Nabi Musa dan Harun untuk menggunakan bahasa yang lembut saat berbicara dengan Firaun. Ketika kita menggunakan Qaulan Layina, orang yang kita ajak berkomunikasi akan merasakan ketulusan kita dan tergerak untuk mendengar apa yang kita katakan (tujuan kita). Pada penelitian ini iklim komunikasi bertujuan untuk menciptakan loyalitas kerja karyawan. Pengaruh iklim komunikasi dengan loyalitas karyawan dalam penelitian ini telah diuji dalam uji t diperoleh nilai t hitung sebesar 3,605 > t tabel 2,028 dan nilai Sig. 0,001 < 0,05, hal ini mengartikan bahwasanya iklim komunikasi mempunyai pengaruh terhadap loyalitas karyawan CV. Harry Enterprise Surabaya.

Kepemimpinan dalam islam harus didasari dengan keputusan bersama berdasarkan firman Allah dalam QS. Ali Imran Ayat 159:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

“Maka sebab rahmat dari Allah, engkau bersikap lemah-lembut kepada mereka. Seandainya engkau bersikap kasar (dalam ucapan dan perbuatan), mereka

pasti pergi meninggalkanmu (tidak mau berdekatan denganmu). Maafkanlah mereka. Mohonkan ampun lah untuk mereka. Ajaklah mereka bermusyawarah (mendengarkan aspirasi mereka) dalam segala perkara (yang akan dikerjakan). Jika engkau sudah berketetapan hati, tawakal-lah kepada Allah. Sungguh Allah mencintai orang-orang yang tawakal”.

Dapat diartikan bahwasanya untuk memecahkan masalah melalui pertimbangan yang cermat, kepemimpinan yang efektif harus didasarkan pada seperangkat prinsip panduan. Kepemimpinan yang baik akan mempengaruhi terciptanya sebuah keloyalitan karyawan terhadap perusahaan. Pengaruh kepemimpinan dengan loyalitas karyawan dalam penelitian ini telah diuji dalam uji t diperoleh nilai t hitung sebesar $5,006 > t$ tabel $2,028$ serta nilai *Sig.* $0,000 < 0,05$, hal ini mengartikan bahwasanya kepemimpinan mempunyai pengaruh terhadap loyalitas karyawan CV. Harry Enterprise Surabaya.

Dibutuhkan alasan atau motivasi yang kuat untuk mendapatkan sesuatu yang diinginkan, dalam surat An-Najm Ayat 39:

وَأَنْ لَّيْسَ لِلْإِنْسَانِ إِلَّا مَا سَعَىٰ

“Dan bahwasanya seorang manusia tiada memperoleh selain apa yang telah diusahakannya”.

Ayat sebelumnya adalah janji dari Allah SWT kepada mereka yang mau berusaha. Menjaga dasar - dasar kehidupan harus selalu dilakukan dengan tujuan tunggal untuk menyenangkan Allah SWT. Dengan begitu dalam mencapai suatu tujuan (loyalitas karyawan) maka dibutuhkan motivasi yang kuat. Dalam penelitian ini pengaruh motivasi dengan loyalitas karyawan dalam penelitian ini telah diuji dalam uji t hitung sebesar $4,559 > t$ tabel $2,028$ dan nilai *Sig.* $0,000 < 0,05$, bahwasanya

motivasi mempunyai pengaruh terhadap loyalitas karyawan CV. Harry Enterprise Surabaya.

Bekerja dengan loyal dan maksimal amat penting di dalam Islam. Uraian tentang hal ini di dalam Islam tertuang dalam sebuah hadits yang diriwayatkan oleh Imam Thabrani:

إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ إِذَا عَمِلَ أَحَدُكُمْ عَمَلًا أَنْ يُتَّقِنَهُ

Artinya: “Sesungguhnya Allah sangat mencintai orang yang jika melakukan sesuatu pekerjaan dilakukan secara itqan (tepat waktu, terarah, jelas dan menyeluruh)”.

Dari hadits di atas, segala sesuatu yang diperlukan untuk melakukan suatu pekerjaan secara bersih, teliti, dan konsisten telah diatur dalam Islam.⁶¹ Maka, karyawan haruslah bersikap loyal dengan perusahaan dalam melakukan kinerjanya. Namun kelayalan karyawan tidaklah menjadi sesuatu yang dituntut oleh pimpinan begitu saja dengan mengabaikan aspek-aspek yang mempengaruhinya.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

⁶¹ Norma Yunia, “Manajemen dan Kinerja Karyawan ditinjau dalam Perspektif Islam”, dalam *Jurnal Aksioma*, Vol. 5 No. 1 (2017): 34.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan penelitian tentang “Pengaruh Iklim Komunikasi, Kepemimpinan, dan Motivasi terhadap Loyalitas Karyawan CV. Harry Enterprise Surabaya”, maka dapat disimpulkan hasil dari analisis dan penelitian sebagai berikut:

1. Didapatkan temuan hasil bahwa variabel kepemimpinan merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap loyalitas kerja karyawan, hal itu diambil dari hasil koefisien uji regresi linier berganda dengan variabel kepemimpinan mendapat nilai 0,601.
2. Hasil dari uji t dan uji F menunjukkan jika semua H_0 ditolak, Sehingga dinyatakan terdapat pengaruh sempurna bernilai positif antara variabel iklim komunikasi, kepemimpinan, motivasi, dan loyalitas kerja.
3. Koefisien determinasi dalam penelitian ini diketahui memperoleh nilai sebesar *Adjusted R Square* 0,722 (72%). Hasil penelitian ini membuktikan bahwa: (1) Terdapat pengaruh dari iklim komunikasi, kepemimpinan, dan motivasi terhadap loyalitas kerja, (2) Tingkat pengaruh iklim komunikasi, kepemimpinan, dan motivasi terhadap loyalitas kerja karyawan CV. Harry Enterprise Surabaya sebesar 72%.
4. Lewat iklim komunikasi, kepemimpinan, dan motivasi terdapat pesan verbal maupun non verbal yang digunakan dalam upaya menciptakan sebuah loyalitas kerja. Dari hasil perhitungan dalam penelitian ini menemukan bahwa nilai koefisien regresi variabel iklim komunikasi (X_1) sebesar 0,340. Nilai koefisien regresi variabel kepemimpinan (X_2) sebesar 0,601.

Nilai koefisien regresi variabel motivasi (X_3) sebesar 0,366. Dapat dilihat bahwa masing-masing variabel X mempunyai pengaruh positif yang cukup besar terhadap loyalitas kerja. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan hal ini memperkuat konteks teori organisasi neoklasik yang menunjukkan keselarasan terhadap pengaruh dari iklim komunikasi, kepemimpinan, dan motivasi terhadap loyalitas kerja karyawan CV. Harry Enterprise Surabaya.

B. Saran dan Rekomendasi

Ada beberapa saran dan rekomendasi yang dapat diberikan peneliti yaitu :

1. Bagi CV. Harry Enterprise Surabaya

Saran dan rekomendasi yang dapat diberikan pada CV. Harry Enterprise Surabaya adalah sebagai berikut:

- a) Hendaknya perusahaan memberikan kegiatan *refreshing* seperti outbound maupun rekreasi untuk karyawan dengan tujuan agar dapat meningkatkan komunikasi di dalam perusahaan atau antara staf dan manajemen CV. Harry Enterprise.
- b) Karyawan selanjutnya dapat didorong untuk melakukan pekerjaan terbaik mereka dengan menawarkan insentif seperti kenaikan gaji dan promosi kepada mereka yang pantas mendapatkannya dan dengan mengakui kontribusi dari mereka yang pantas mendapatkan pengakuan, seperti yang dibahas dalam artikel "Bagaimana Memotivasi Staf Anda" oleh Harry Enterprise.

- c) Sedangkan untuk pimpinan perusahaan dapat lebih meningkatkan nilai-nilai kepemimpinannya salah satu caranya adalah dapat dengan melakukan pelatihan kepemimpinan, dengan begitu kapasitas pimpinan CV. Harry Enterprise Surabaya akan mendapat nilai tambah di mata karyawannya.

C. Keterbatasan Penelitian

Pada penelitian ini, masih ada keterbatasan serta kelemahan. Salah satunya adalah penelitian saat ini masih terbatas pada upaya untuk mengukur aspek iklim komunikasi, kepemimpinan, motivasi, dan loyalitas kerja secara kuantitatif tetapi peneliti belum menyentuh aspek-aspek lain seperti aspek pemasaran, aspek operasional, aspek keuangan, dan aspek pendukung lainnya. Karena diharapkan di masa depan para sarjana akan meningkatkan keluasan dan kedalaman studi mereka. Untuk kepentingan peneliti selanjutnya yang akan dapat mengembangkan penelitian ini dengan menyelidiki faktor-faktor lain yang terkait dengan loyalitas karyawan.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Bahri, Syaiful dan Nisa, Yuni Chairatun. *Pengaruh Pengembangan Karir dan Motivasi Kerja Terhadap Keputusan Kerja Karyawan*. Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis. Vol. 18 No. 1. 2017.
- Benedicta Yoanne S. *Pengaruh Iklim Komunikasi Organisasi PT. Djatim Super Cooking Oil Surabaya Terhadap Kinerja Karyawan*. E-Komunikasi. Vol. 1 No. 3. 2013.
- Cantika, Yuli Sri Budi. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Malang: UMM Press, 2005.
- Dea Resti Putri I. 2017. *Fungsi Komunikasi Vertikal dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan di Divisi Komunikasi Korporat PT Pos Indonesia (Persero) Bandung*. Skripsi. Ilmu Komunikasi. Universitas Pasundan: Bandung.
- Efendi, Bukran. *Dinamika Komunikasi (Telaah atas Sejarah, Perkembangan dan Pengaruhnya terhadap Teknologi Kontemporer)*. EL-HIKAM: Jurnal Pendidikan dan Kajian Keislaman. Vol. 14 No. 2. 2021.
- Effendy, Onong Uchyana. *Kamus Komunikasi*. Bandung: Mandar Maju, 1989.
- Fitri Yani Indah H. 2016. *Pengaruh Kepemimpinan Dan Kompensasi Terhadap Loyalitas Karyawan Pada Restoran Kampoeng Deli Medan*. Skripsi. Fakultas Ekonomi. Universitas Medan Area: Medan.
- Hardjana, Andre. *Audit Komunikasi, Teori, dan Praktek*. Jakarta: Grasindo, 2000.
- Hasibuan, Malayu S. P. *Manajemen: Dasar, Pengertian, dan Masalah*. Jakarta: PT Bumi Askara. 2004.

- Koesmono, Teman. *Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Motivasi dan Kepuasan Kerja Serta Kinerja Karyawan Pada Sub Sektor Industri Pengolahan Kayu Skala Menengah di Jawa Timur*. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan. Vol. 07 No. 02. 2005.
- Kriyantono, Rachmat. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2007.
- Kuncoro, Mudrajad. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga. 2009.
- Mahmudah Enny W. *Role of Job Characteristics, Job Promotion and Disciplinary Work in Improving Employee Loyalty through Job Satisfaction in Department of Public Work in East Java Province*. Archives of Business Research. Vol. 4 No. 2. 2016.
- Mochammad Iqbal. 2019. *Pengaruh Iklim Organisasi Terhadap Loyalitas Kinerja Karyawan PT. Cendana Tehnika Utama Malang*. Skripsi. Fakultas Psikologi. UIN Maulana Malik Ibrahim: Malang.
- Moedjiono, Imam. *Kepemimpinan dan Keorganisasian*. Yogyakarta: UII Press, 2002.
- Muhammad, Arni. *Komunikasi Organisasi*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2009.
- Muhammad, Arni. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara, 2004.
- Nawawi, Hadari. *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Bisnis Yang Kompetitif*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2003.
- Pace, R. Wayne dan Faules, Don. *Komunikasi Organisasi, Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2006.

- Poerwadarminta, W.J.S. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka. 2002.
- Prayanto, Agus. *Pengaruh Kepemimpinan dan Kecerdasan Emosi Terhadap Loyalitas Karyawan: Pada Koperasi "SAE" Pujon Malang*. Malang: Universitas Islam Negeri Malang, 2008.
- Rivai, Veithzal dan Mulyadi, Deddy. *Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003.
- Rivai, Veithzal. *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan, Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2009.
- Rowley, Chris dan Jackson, Keith. *Manajemen Sumber Daya Manusia, The Key Concepts*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2012.
- Safitri, Aini dan Putra, Heri Rahmatsyah. *Improving Loyalty Of School Management Personnel Through Organizational Communications Approach*. Jurnal Tarbiyah. Vol. 2 No. 28. 2021.
- Siregar, Nina Siti Salmaniah. *Kajian Tentang Interaksionisme Simbolik*. Jurnal Ilmu Sosial. Vol. 4 No. 2. 2011.
- Sriwartini, Yuyu. *Manajemen Komunikasi Pemerintah Desa dalam Melaksanakan Forum Keamanan Terpadu (Kajian Pada Kelurahan Balekambang Jakarta Timur)*. Ekspresi dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi. Vol. 1 No. 1. 2018.
- Sudimin, T. *Whistleblowing: Dilema Loyalitas dan Tanggung Jawab Publik*. Jurnal Manajemen dan Usahawan. Vol. 12 No. 11. 2003.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Afabeta. 2011.

- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta. 2016.
- Tanjung, Hendri. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*. Jakarta: Gramata Publishing. 2013.
- Utomo, B. *Menentukan Faktor-faktor Kepuasan Kerja dan Tingkat Pengaruh Kepuasan Kerja terhadap Loyalitas Karyawan*. Jurnal Manajemen & Kewirausahaan. Vol. 7 No. 2. 2002.
- Wahab, Abdul Aziz. *Anatomi Organisasi dan Kepemimpinan Pendidikan*. Bandung: Alfabeta, 2008.
- Wahjosumidjo. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Motivasi*. Jakarta: Ghalia, 1993.
- Yohana, Angel dan Saifulloh, Muhammad. *Interaksi Simbolik dalam Membangun Komunikasi Antara Atasan dan Bawahan di Perusahaan*. Jurnal Wacana. Vol. 18 No. 1. 2019.
- Yuliana, Rahmi. *Peran Komunikasi dalam Organisasi*. Jurnal STIE Semarang. Vol. 04 No. 03. 2012.
- Yunia, Norma. *Manajemen dan Kinerja Karyawan ditinjau dalam Perspektif Islam*. Jurnal Aksioma. Vol. 5 No. 1. 2017.