

**PENGARUH *COMMUNICATION STYLE* TERHADAP
LOYALITAS KARYAWAN
(Studi Kuantitatif Eksplanatif Pengaruh *Communication Style*
Solo Square Terhadap Loyalitas Karyawan)**



PUBLIKASI ILMIAH

**Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata I pada
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Informatika**

Oleh:

LINDA ROSYIDA

L 100 110 024

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2017

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH *COMMUNICATION STYLE* TERHADAP LOYALITAS
KARYAWAN**
(Studi Kuantitatif Eksplanatif Pengaruh *Communication Style*
Solo Square Terhadap Loyalitas Karyawan)

PUBLIKASI ILMIAH

oleh:

LINDA ROSYIDA

L 100 110 024

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen Pembimbing



Dr. Dian Purworini, S. Sos, MM

NIK.1102

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH *COMMUNICATION STYLE* TERHADAP LOYALITAS
KARYAWAN

(Studi Kuantitatif Eksplanatif Pengaruh *Communication Style*
Solo Square Terhadap Loyalitas Karyawan)

OLEH

LINDA ROSYIDA

L 100 110 024

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Fakultas Komunikasi dan Informatika
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari Sabtu, 25 Maret 2017
dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji:

1. Dr. Dian Purworini, S. Sos, MM
(Ketua Dewan Penguji)
2. Agus Triyono, M.Si
(Anggota I Dewan Penguji)
3. Dr. Edy Purwo S
(Anggota II Dewan Penguji)



Dekan,



Husni Thamrin, Ph.D

NIK. 706

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam naskah publikasi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 02 Maret 2017

Penulis

A handwritten signature in blue ink that reads "Linda Rosyida". The signature is written in a cursive style with a large initial "L" and "R".

LINDA ROSYIDA
L 100 110 024

**PENGARUH *COMMUNICATION STYLE* TERHADAP LOYALITAS
KARYAWAN**

**(Studi Kuantitatif Eksplanatif Pengaruh *Communication Style*
Solo Square Terhadap Loyalitas Karyawan)**

**Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Komunikasi Dan Informatika
Universitas Muhammadiyah Surakarta**

Abstrak

Komunikasi diklasifikasikan menjadi komunikasi internal dan komunikasi eksternal. Komunikasi internal memiliki 4 gaya komunikasi yang berperan penting dalam sebuah perusahaan, yaitu komunikasi vertikal keatas, komunikasi vertikal kebawah, komunikasi horizontal dan komunikasi diagonal. Dampak yang akan terjadi apabila keempat gaya komunikasi tersebut tidak terjalin dengan baik, akan mengakibatkan sulitnya pencapaian tujuan perusahaan. Oleh karena itu, hubungan komunikasi internal harus tercipta dalam sebuah perusahaan demi tercapainya tujuan perusahaan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah pengaruh *communication style* terhadap loyalitas karyawan. Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kuantitatif eksplanatif. Sampel dalam penelitian ini yaitu seluruh karyawan Solo Square yakni sebanyak 51 karyawan. Peneliti menggunakan analisis regresi linier sederhana untuk menganalisis data. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh *communication style* terhadap loyalitas karyawan yang ditunjukkan dengan nilai signifikansi $0,019 < 0,05$. Pengaruh *communication style* terhadap loyalitas karyawan sebesar 10,6% , dan sisanya sebesar 89,4% dipengaruhi oleh variabel lain. Hal ini berarti bahwa *communication style* hanya mempengaruhi sebagian kecil dari loyalitas karyawan di Solo Square.

Kata Kunci: *Communication style*, kuantitatif eksplanatif, loyalitas karyawan.

Abstract

Communication is classified into internal and external communication. Internal communication includes 4 significant component to the company. Those 4 communication style should be interrelated well because the goal of the company, there are vertical upward communication, vertical downward communication, horizontal communication and diagonal communication. Thus, open communication relationship should be created in the company in order to achieve its goal. This research aimed to know there any the influence of of communication style of Solo Square to the employees loyalty. This research applied explanative quantitative research method. The samples taken in this research were all of 51 employees of Solo Square. The sampling technique used total sampling. The researcher applied simple linear regression analysis in analysing the data. The result of the research showed that there was influence of the communication style to the employee loyalty with significance value $0.019 < 0.05$. The influence of communication style factor to the employee loyalty was only 10.6% while the rest (89.4%) was influenced by other factors. It meant that the communication style had only small influence to the loyalty of the employee of Solo Square.

Keywords: *Communication style, employee loyalty, explanative quantitative.*

1. PENDAHULUAN

Dewasa ini, era persaingan global membuat tuntutan konsumen terhadap mutu dan jasa semakin meningkat. Hal ini mengakibatkan mutu dan pengelolaan dilakukan banyak perusahaan agar dapat meningkatkan pengunjung serta meningkatkan pendapatan perusahaan. Salah satu faktor yang mendorong perusahaan menjadi lebih baik adalah peran dari karyawan.

Sumber daya manusia pada perusahaan tidak berarti tanpa hadirnya pemimpin dan karyawan. Pimpinan memiliki gaya kepemimpinan yang diharapkan bisa meningkatkan kesejahteraan karyawan dan memajukan perusahaan. Gaya kepemimpinan masing-masing pemimpin dilakukan semata-mata untuk meningkatkan kinerja karyawan dan memberikan dorongan kepada karyawan (Putri, 2014)

Karyawan merupakan bagian dari sebuah perusahaan yang memiliki peran penting. Karyawan yang aktif dalam mengembangkan ilmu dalam bekerja ingin meningkatkan taraf bekerja agar perusahaan semakin baik. Sedangkan karyawan yang tidak mau mengembangkan ilmu dan tidak ingin berkembang justru akan mempersulit perusahaan dalam meningkatkan pelayanan. Perusahaan memiliki karyawan dengan berbagai macam karakter, umur dan kepribadian. Perbedaan yang ada pada para karyawan merupakan tugas dari atasan untuk membuat mereka tetap nyaman bekerja di perusahaan. Karyawan yang baik harus dijaga loyalitasnya agar dapat meningkatkan produktivitas perusahaan secara maksimal. Hal ini sependapat dengan Wan (2006), semakin loyal karyawan dengan lingkungan sekitar karyawan bekerja, semakin besar pula keinginan untuk mengembangkan komitmen terhadap perusahaan.

Loyalitas karyawan merupakan bagian dari psikologis atau komitmen seseorang terhadap perusahaan dan akan terus bertambah seiring dengan rasa kepuasannya yang akan terus bertambah (Wan, 2006). Karyawan yang merasakan kepuasan terhadap penghargaan perusahaan atas kinerja karyawan, akan meningkatkan kinerja dan memberikan yang terbaik untuk perusahaan. Kinerja karyawan yang memiliki tingkat kepuasan tinggi lebih baik dibandingkan dengan karyawan dengan tingkat kepuasan yang rendah. Sikap tersebut akan menimbulkan perilaku loyalitas. Sebaliknya, jika karyawan tidak loyal terhadap perusahaan maka kinerja yang dihasilkan tidak dapat maksimal. Hal ini dapat dilihat dari tingkat loyalitas terhadap perkembangan karier karyawan di perusahaan.

Tingginya motivasi akan memberikan dampak terhadap produktivitas dan efisiensi kerja yang tinggi yang akan menguntungkan untuk perusahaan. Perusahaan yang fokus terhadap keterlibatan karyawan akan dapat menghasilkan tenaga kerja yang lebih akurat dan produktif. Setiap ide yang diambil dari manajemen dalam perbaikan tidak akan berhasil tanpa keterlibatan para karyawannya (Siagian, 1996). Hal yang perlu diperhatikan oleh seorang manajer adalah bagaimana cara untuk menjaga karyawan agar tetap dilibatkan dalam perusahaan. Pemimpin perusahaan sadar jika mereka

melibatkan karyawan, maka karyawan akan lebih rajin dan produktif dalam bekerja (Markos & Sridevi, 2010).

Karyawan dapat dikatakan loyal terhadap perusahaan apabila sudah mencapai 3 hingga 5 tahun bekerja di perusahaan (Wan, 2006). Karyawan yang memiliki loyalitas yang tinggi terhadap perusahaannya akan mendatangkan keuntungan yang tinggi dan menjadikannya aset bagi perusahaan. Lama tahun karyawan bekerja dapat dimasukkan pada kategori persyaratan layanan, baik itu perusahaan dimana karyawan bekerja sekarang ataupun sebelumnya. Hal ini dapat terjadi karena karyawan dengan loyalitas yang tinggi tahu apa yang disukai dan tidak disukai oleh masyarakat, apa yang membuat perusahaan dapat stabil pada posisinya. Menjaga karyawan yang loyal terhadap perusahaan dapat memangkas tingkat *turnover* dalam perusahaan karena mereka setia terhadap perusahaan.

Komunikasi organisasi meliputi komunikasi yang terjalin di dalam dan disekitar lingkungan yang besar (West & Turner, 2007). Komunikasi terjadi untuk berinteraksi satu sama lain, baik dalam urusan pekerjaan, ataupun keinginan dalam mendekatkan diri antar karyawan. Apabila komunikasi dalam organisasi tidak efektif, dapat dikatakan bahwa organisasi itu tidak berjalan dengan baik (Romli, 2011).

Menurut Lukazewski (2006), kelemahan dalam praktek manajemen yang berkelanjutan adalah dimensi manusia. Disaat baik atau buruk, terdapat sedikit pemahaman yang benar mengenai hubungan antara manajer, karyawan, dan interaksi antara manajer dan karyawan. Jika ditemukan adanya masalah, maka semua orang akan mengakui bahwa penyebabnya adalah masalah komunikasi (www.instituteforpr.org).

Komunikasi adalah salah satu hal yang utama dalam rutinitas kerja suatu perusahaan. Hal ini dapat berdampak luas akibat dari komunikasi yang tidak baik bagi kehidupan berorganisasi, misalnya konflik antar karyawan. Sebaliknya, komunikasi yang baik dapat berdampak baik dalam meningkatkan saling pengertian, kerjasama dan loyalitas karyawan. Komunikasi dibedakan menjadi 2, yaitu komunikasi internal dan eksternal. Komunikasi internal terdapat 4 gaya komunikasi yaitu komunikasi keatas, komunikasi kebawah, komunikasi horizontal, dan komunikasi diagonal. Keempat gaya komunikasi tersebut sangatlah berperan penting dalam suatu perusahaan karena proses komunikasi berperan penting dalam bekerja. Jika keempat gaya komunikasi tersebut tidak terjalin dengan baik, perusahaan akan sulit dalam mencapai tujuan. Oleh karena itu, hubungan komunikasi yang terbuka harus tercipta dalam suatu perusahaan demi tercapainya tujuan dalam perusahaan. (Chairunnisah, 2012).

Communication style diperlukan dalam sebuah perusahaan untuk memberikan perintah, memberikan pekerjaan, mengutarakan pendapat dan meminta pendapat. Fungsi komunikasi dalam

organisasi adalah untuk memperlancar pekerjaan dalam perusahaan (Lubis, 2008). Komunikasi penting dalam suatu organisasi, karena komunikasi membantu karyawan-karyawan dalam mencapai tujuan karyawan itu sendiri dan juga tujuan organisasi. Komunikasi juga memiliki andil dalam berbagai aktivitas organisasi yang relevan atau sesuai. Komunikasi yang baik diperlukan dalam menjaga karyawan. Intensitas dalam komunikasi juga diperlukan dalam menjaga hubungan dengan karyawan karena segala sesuatu yang menyangkut dengan perusahaan disampaikan melalui komunikasi. Pimpinan perusahaan (atasan) wajib membangun komunikasi yang baik sehingga seluruh karyawan mempunyai loyalitas dan dedikasi yang tinggi pada perusahaan. Upaya memajukan perusahaan juga memerlukan kerjasama yang baik dengan sesama karyawan, manajemen dan pimpinan perusahaan (atasan) dengan adanya komunikasi yang baik (Tibyan, 2015). Komunikasi yang baik antara atasan dengan bawahan akan berdampak pada rasa tanggung jawab dan menunjukkan moral kerja karyawan. Komunikasi memiliki peranan penting dalam kehidupan sehari-hari dan dapat memperlancar jalannya suatu perusahaan (Mahendra, 2013).

Solo Square merupakan mall kedua yang berdiri di Kota Solo yang dinaungi dibawah PT. Solo Indah Dinamika. Letak geografis yang strategis membuat Solo Square menjadi salah satu mall yang sering dijadikan pilihan untuk berbelanja oleh masyarakat Solo dan sekitarnya. Solo Square mempunyai pengunjung yang bervariasi, dari kalangan bawah hingga kalangan kelas atas menjadi pengunjung di Solo Square. Berbagai upaya dilakukan Solo Square demi membuat pengunjung merasa nyaman dengan suasana baru yang diberikan, seperti membuat lokasi *food court* yang lebih nyaman dengan mengusung tema yang lebih *fresh*, penataan *tenant* juga diperbaharui, penambahan *tenant*, membuat event-event yang menarik, dan lain sebagainya.

Lebih dari 10 tahun sudah Solo Square berdiri dan memberikan berbagai macam fasilitas terbaik untuk seluruh pengunjung. Melihat umur Solo Square yang sudah tidak muda lagi, perlu adanya kerjasama dan komunikasi yang baik di perusahaan baik komunikasi antar karyawan, komunikasi karyawan dengan atasan, komunikasi antara atasan dengan bawahan ataupun komunikasi antar divisi. Peneliti memilih Solo Square sebagai obyek penelitian karena tingkat *turnover* di Solo Square tergolong rendah dan melihat komunikasi yang terjalin antara karyawan sangat baik.

Tabel 1. Tingkat *Turnover* Solo Square Tahun 2014 hingga 2016

Tahun	Jumlah	Masuk	Keluar	Total
2014	50	1	2	49
2015	49	1	1	49
2016	49	3	1	51

Sumber: HRD Solo Square

Loyalitas karyawan juga merupakan tantangan tersendiri bagi peneliti, karena di wilayah Solo masih tergolong sedikit penelitian yang berbicara mengenai loyalitas karyawan yang dikaitkan dengan *communication style*. Jumlah pengunjung meningkat mencapai 20% selama 3 bulan terakhir. Salah satu faktor yang mempengaruhi adalah adanya kerja keras tim manajemen Solo Square yang telah bekerja maksimal. Oleh karena itu, peneliti ingin melihat apakah *communication style* mempengaruhi loyalitas karyawan. Melihat pentingnya *communication style* dalam sebuah perusahaan, peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana pengaruh *communication style* terhadap loyalitas karyawan dengan mengambil obyek penelitian di Solo Square.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kuantitatif *eksplanatif research*, yaitu mengaitkan atau menggali sebab akibat antara dua variabel yang akan diteliti antara *communication style* dengan loyalitas karyawan (Kriyantono, 2006). Penelitian ini bersifat obyektif sehingga peneliti memisahkan diri dari data yang sedang diolah, dan akan diuji terlebih dahulu batasan-batasan konsep dan alat ukur sehingga dapat memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas .

Penelitian ini dilakukan di Solo Square yang beralamat di Jalan Slamet Riyadi nomor 451-455, Surakarta, Jawa Tengah. Populasi karyawan manajemen Solo Square sebanyak 51 karyawan. Sampel merupakan bagian dari keseluruhan jumlah populasi yang memiliki karakteristik dari populasi (Sugiono, 2010). Jika populasi terdiri kurang dari 100, hendaknya seluruh populasi digunakan sebagai sampel. Jika populasi terdiri lebih dari 100, maka sampel dapat diambil antara 1-15% atau 20-25% (Arikunto, 2002). Melihat jumlah karyawan kurang dari 100 orang, maka seluruh karyawan digunakan sebagai sampel yaitu berjumlah 51 orang. Peneliti akan menggunakan teknik *total sampling* yaitu dengan menggunakan seluruh populasi menjadi sampel (Sugiono, 2014). Peneliti melakukan pengambilan data pada bulan November 2016 dengan jumlah responden 51 orang.

Peneliti kemudian mengumpulkan data dengan kuesioner di perusahaan. Pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner sebanyak 51 kepada seluruh karyawan manajemen Solo Square. Peneliti membagikan kuesioner kepada seluruh responden yang berisi pertanyaan serta pilihan jawaban berupa dukungan sikap yang diungkapkan dengan kata-kata dan dinilai berdasarkan skala Likert: Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Netral (N), Tidak Setuju (TS), atau Sangat Tidak Setuju (STS). Peneliti menggunakan konsep kuesioner dari Wan (2006) dengan menambahkan beberapa pertanyaan pendukung. Pertanyaan pada kuesioner terdiri dari 3 pertanyaan pada persyaratan layanan, 9 pada loyalitas terhadap perusahaan dan 4 pada *communication style*. Peneliti kemudian menghubungkan konsep variabel lain yaitu *communication style* karena Wan (2006) hanya

menggunakan 1 variabel. Konsep variabel dependen yang digunakan oleh peneliti diadopsi dari Wan (2006) dengan mengubah beberapa indikator yang diperlukan oleh peneliti. Sedangkan variabel independen, peneliti menggunakan konsep dari Siagian (1996). Variabel independen pada penelitian ini yaitu *communication style*, sedangkan variabel dependennya adalah loyalitas karyawan.

Hasil dari kuesioner itu akan diolah datanya dengan menggunakan uji regresi sederhana untuk menguji pengaruh satu variabel bebas atau variabel independen terhadap variabel dependen. Peneliti akan menggunakan analisis regresi linier sederhana (www.konsistensi.com). Rumus regresi linier sederhana yaitu:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y : Variabel terikat

a : Konstanta regresi

bX : Nilai turunan atau peningkatan variabel bebas

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebelum dilakukan penelitian peneliti terlebih dahulu melakukan uji *instrument* dan diperoleh keseluruhan *item* dinyatakan *valid* dan kedua variabel dinyatakan *reliable* atau konsisten.

3.1 Pengujian Persyaratan Analisis

(1) Uji Validitas

Hasil kuesioner yang telah didapatkan, diuji validitasnya dengan menggunakan aplikasi *SPSS for windows*. Item-item dari seluruh pertanyaan berkorelasi secara signifikan dengan skor total memperlihatkan bahwa item-item pertanyaan tersebut valid. Penelitian ini mengambil sampel 20 responden sebagai sampel uji validitas. Dapat diketahui bahwa *r* tabelnya adalah 0.4438, nilai dari *r* hitung harus lebih besar daripada *r* tabel sehingga dapat dikatakan 'valid'.

Uji validitas dilakukan di penelitian ini pada variabel *communication style* (X) dan loyalitas karyawan (Y). *Communication style* terdiri dari 4 item, yaitu komunikasi vertikal kebawah, komunikasi vertikal keatas, komunikasi horizontal, dan komunikasi diagonal. Hasil pengujian validitas pada variabel *communication style* terdapat 4 item pertanyaan yang setelah diuji validitas diperoleh hasil bahwa pada pertanyaan pertama adalah 0.704; pada pertanyaan kedua adalah 0.772; pada pertanyaan ketiga adalah 0.744 dan pada pertanyaan keempat adalah 0.769. Keempat

pertanyaan menunjukkan nilai r_{xy} lebih besar dari pada angka r tabel yaitu 0.4438 sehingga keempat pertanyaan pada aspek *communication style* ini dinyatakan valid.

Hasil pengujian validitas pada variabel loyalitas karyawan terdiri dari 12 pertanyaan. Hasil pengujian validitas pada pertanyaan pertama adalah 0.769; pada pertanyaan kedua adalah 0.735; pada pertanyaan ketiga adalah 0.836; pada pertanyaan keempat adalah 0.878; pada pertanyaan kelima adalah 0.577; pada pertanyaan keenam adalah 0.769; pada pertanyaan ketujuh adalah 0.836; pada pertanyaan kedelapan adalah 0.744; pada pertanyaan kesembilan adalah 0.836; pada pertanyaan kesepuluh adalah 0.824; pada pertanyaan kesebelas adalah 0.592; dan pada pertanyaan kedua belas adalah 0.793. Kedua belas pertanyaan menunjukkan nilai r_{xy} lebih besar dari pada angka r tabel yaitu 0.4438 sehingga kedua belas pertanyaan pada variabel loyalitas karyawan ini dinyatakan valid.

(2) Uji Reliabilitas

Berikut ini adalah hasil uji reliabilitas pada variabel *communication style* dan loyalitas karyawan. Apabila digabungkan, kedua variabel tersebut memiliki 16 buah pernyataan yang setelah diuji sehingga akan mendapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 2. Uji reliabilitas data

<i>Cronbach's Alpha</i>	N of Items
0.735	4
0.936	12

Sumber: Olah data 2016

Setelah peneliti melakukan uji reliabilitas, maka diketahui hasil *Cronbach's Alpha* dari hasil olah data pada variabel *communication style* adalah 0.735 dan pada loyalitas karyawan adalah 0.936 dimana hasil tersebut lebih besar daripada 0.6. Dengan kata lain dapat dinyatakan bahwa alat ukur dalam penelitian ini sudah reliabel.

3.2 Analisis Data

Hasil dari tanggapan responden yang telah mengisi kuesioner dengan lengkap maka akan dikelompokkan dan diolah agar mendapatkan total skor terhadap aspek yang akan diukur. Nilai rata-rata skor yang diperoleh dari responden dikelompokkan ke dalam kategori Sangat Setuju (S) skor 4, Setuju (S) skor 3, Tidak Setuju (TS) skor 2, dan Sangat Tidak Setuju (STS) skor 1. Nilai rata-rata akan diperoleh dengan rumus sebagai berikut:

Skala penilaian = $\frac{\text{Skor tertinggi} - \text{skor terendah}}{\text{Banyak kategori}}$ (Arikunto, 2011)

$$= \frac{5 - 1}{5}$$

$$= 0,8$$

Kategori penilaian sebagai berikut :

Tabel 3 : Kategori Penilaian

Skor	Kategori
1.00 - 1.80	Sangat Tidak Baik
1.81 - 2.60	Tidak Baik
2.61 - 3.40	Cukup Baik
3.41 - 4.20	Baik
4.21 - 5.00	Sangat Baik

Sumber : Hasil olah data pada September 2016

Melihat dari kategori sebelumnya, maka distribusi tanggapan responden adalah sebagai berikut:

(1) Communication style

Tabel 4. Nilai Total dan Mean pada Aspek *Communication Style*

	Jumlah Skor	Mean	Std. Deviation	N
ITEM 1	150	2.941	1	51
ITEM 2	150	2.941	.183	51
ITEM 3	125	2.450	.595	51
ITEM 4	160	3.137	.362	51
Total	585	11.469		
Mean	146.25	2.867		

Sumber: Hasil pengolahan data pada lampiran

Berdasarkan data di atas diperoleh hasil pada pertanyaan item pertama yaitu gaya komunikasi antara komunikasi atasan dengan bawahan dengan perolehan skor total 150 dan nilai mean 2.941. Hal ini dapat diartikan bahwa nilai tersebut termasuk dalam kategori cukup baik sesuai dengan

rating skor skala penilaian. Nilai diatas berarti komunikasi antara atasan dengan bawahan terjalin dengan baik.

Pertanyaan item kedua yaitu gaya komunikasi antara gaya komunikasi bawahan dengan atasan dengan perolehan skor total 150 dan nilai mean 2.941. Hal ini sama dengan hasil komunikasi antara atasan dengan bawahan, hal ini berarti bahwa gaya komunikasi antara atasan dengan bawahan terjalin dengan cukup baik. Begitupula sebaliknya, karena melihat hasil yang diperoleh memiliki skor yang sama.

Pertanyaan pada item ketiga yaitu gaya komunikasi antara komunikasi sesama karyawan dengan perolehan skor total 125 dan nilai mean 2.450. Hal ini dapat diartikan bahwa nilai tersebut termasuk dalam kategori tidak baik sesuai dengan rating skor skala penilaian. Nilai diatas berarti gaya komunikasi antara sesama karyawan terjalin dengan tidak baik. Namun pada penelitian ini peneliti tidak meneliti akibat terjadinya gaya komunikasi yang terjalin antara sesama karyawan terjalin tidak baik.

Pertanyaan item keempat yaitu gaya komunikasi antara karyawan dengan divisi lain dalam perusahaan dengan perolehan skor total 160 dan nilai mean 3.137. Hal ini dapat diartikan bahwa nilai tersebut termasuk dalam kategori cukup baik sesuai dengan rating skor skala penilaian. Walaupun mendapatkan nilai yang cukup baik, namun nilai pertanyaan item keempat ini merupakan nilai tertinggi dari ketiga pertanyaan yang lain.

(2)Loyalitas Karyawan

Tabel 5. Nilai Total dan Mean pada Aspek Loyalitas Karyawan

	Jumlah Skor	Mean	Std. Deviation	N
ITEM 1	187	3.666	1	51
ITEM 2	182	3.568	.944	51
ITEM 3	187	3.666	.313	51
ITEM 4	192	3.764	.639	51
ITEM 5	209	4.098	.616	51
ITEM 6	197	3.666	.700	51
ITEM 7	197	3.666	.804	51
ITEM 8	189	3.705	.720	51
ITEM 9	186	3.647	.700	51
ITEM 10	193	3.784	.756	51

ITEM 11	201	3.941	.807	51
ITEM 12	198	3.882	.702	51
Total	2298	45.053		
Mean	191.5	3.754		

Sumber: Hasil pengolahan data pada lampiran

Loyalitas karyawan menghasilkan jumlah skor sebanyak 2298 dan memiliki nilai mean 3.754 dapat dilihat pada kategori perolehan skor termasuk dalam kategori baik, artinya karyawan Solo Square memiliki loyalitas yang tinggi terhadap perusahaan dimana mereka bekerja. Loyalitas karyawan disini termasuk pada pemberian kesempatan karyawan untuk berkembang, pemberian latihan, *reward*, gaji, kebijakan perusahaan, perhatian terhadap keluarga dan agenda *gathering*. Dari temuan di atas juga dapat dilihat mean terbesar dari item-item yang mana menjadikan kebijakan yang dibuat oleh perusahaan menjadi bobot paling tinggi dibanding dengan yang lainnya yaitu 4.098, dimana nilai tersebut masuk dalam kategori baik.

Setelah dilakukan uji validitas dan reliabilitas peneliti melakukan penelitian dengan memeberikan kuesioner kepada 51 responden dan diperoleh hasil sebagai berikut:

Berdasarkan hasil penelitian karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, 36 responden (70,6%) dengan jenis kelamin laki-laki dan 15 responden (29,4%) dengan jenis kelamin perempuan. Karakteristik responden berdasarkan usia menunjukkan usia 20-30 tahun sebanyak 29 responden (57%) dan usia 31-40 sebanyak 22 responden (43,7%). Sedangkan karakteristik responden berdasarkan pendidikan menunjukkan responden dengan pendidikan SMA sebanyak 39 responden (76,5%), Diploma sebanyak 4 responden (7,8%) dan S1 sebanyak 8 responden (15,7%). Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia dan pendidikan terakhir akan dijabarkan dengan tabel berikut:

Tabel 6. Distribusi Frekuensi Karakteristik Responden

Karakteristik Responden	Kategori	Frekuensi	Presentase
Jenis Kelamin	Laki-Laki	36	70,6 %
	Perempuan	15	29,4 %
	Jumlah	51	100%
Pendidikan	SMA	39	76,5 %

	Diploma	4	7,8 %
	S1	8	15,7 %
	Jumlah	51	100%
Usia	20-30 tahun	29	57 %
	31-40 tahun	22	43 %
	Jumlah	51	100%

Sumber: Hasil olah data pada Desember 2016

Berdasarkan hasil analisis regresi linier sederhana diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 7. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Variabel	B	t _{hitung}	Sig. (α)
<i>Constanta</i>	33.468		
<i>Communication style</i>	1.011	2.416	0.019
R ²	= 0,106	F _{hitung} = 5.836	
Adjusted R ²	= 0,326	Sig = 0.019	

Sumber: Hasil olah data pada Desember 2016

Berdasarkan hasil uji regresi linier sederhana tersebut maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$\text{Loyalitas Karyawan} = 33.468 + 1.011X$$

Berdasarkan persamaan regresi linier tersebut menunjukkan nilai *constant* bernilai positif 33.468 artinya jika variabel *communication style* konstan maka akan berpengaruh pada loyalitas karyawan sebesar 33,468. Berdasarkan nilai t_{hitung} menunjukkan 2,416 dengan nilai signifikansi $0,019 < 0,05$ H_0 : ditolak. Artinya terdapat hubungan yang berarti *communication style* terhadap loyalitas karyawan di Solo Square. Berdasarkan hasil koefisien determinasi diperoleh R^2 sebesar 0,106 artinya *communication style* mempengaruhi loyalitas karyawan sebesar 10,6 % sisanya 89,4% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Meskipun pengaruh *communication style* pada penelitian ini dapat dikatakan tidak begitu banyak mempengaruhi loyalitas karyawan, namun hasil penelitian ini sependapat dengan penelitian dari Purnama (2013) yang menjelaskan bahwa terdapat pengaruh gaya komunikasi terhadap loyalitas karyawan.

Penelitian lain menyebutkan faktor lain yang mempengaruhi loyalitas karyawan diberbagai tingkat. Seleksi karyawan adalah faktor yang mempengaruhi pada peringkat

pertama, kemudian diikuti oleh pemberdayaan karyawan, pelatihan karyawan (Al-Ma'ani, 2013).

3.3 Pembahasan Hasil Analisis Data

Berdasarkan hasil hitung dari penyebaran kuesioner, peneliti mendapatkan hasil bahwa rata-rata karyawan bekerja di Solo Square selama 6,9 hingga 9,1 tahun. Hasil perolehan tersebut melebihi tahun minimal karyawan dapat dikatakan loyal terhadap perusahaan, yaitu 3 hingga 5 tahun (Wan, 2006). Rata-rata lama tahun karyawan bekerja sebelum bergabung dengan Solo Square adalah selama 6,9 hingga 9,1 tahun. Sedangkan banyaknya perusahaan yang pernah karyawan bekerja sebelum di Solo Square mendapat perolehan yang sama yaitu sebanyak 1 hingga 2 instansi. Meskipun tahun maksimal karyawan pernah bekerja dikatakan tinggi namun banyaknya perusahaan yang pernah karyawan bekerja hanya 1 hingga 2 perusahaan saja. Hal ini dapat diartikan bahwa rata-rata karyawan setia terhadap perusahaan dimana karyawan bekerja.

Komunikasi dapat dikatakan efektif apabila terdapat pertukaran informasi antar dua arah yaitu komunikator dan komunikan kemudian menimbulkan respon sesuai dengan apa yang diharapkan oleh komunikan dan komunikator tersebut (Anggraini, Sutarso & Santoso, 2014).

Kasiati (2016) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa gaya komunikasi berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas karyawan. Loyalitas karyawan terhadap perusahaan sangat diperlukan oleh perusahaan, karena jika karyawannya tidak memiliki loyalitas yang tinggi maka perusahaan akan sulit untuk berkembang. Oleh karena itu perusahaan perlu menumbuhkan loyalitas karyawannya untuk tetap dapat bertahan disaat sulit sekalipun. Jika perusahaan tidak bisa menghargai karyawan sebagaimana mestinya, karyawan akan berpikir ulang untuk tetap bekerja di perusahaan atau mencari pekerjaan lain.

Yarosca (2006) dalam penelitiannya menjelaskan mengenai pengaruh pola komunikasi terhadap kinerja karyawan bahwa, pola komunikasi baik pola komunikasi ke bawah, pola komunikasi ke atas dan pola komunikasi horizontal yang ada akan membuat kinerja karyawan meningkat. Pola komunikasi organisasi akan mendukung komunikasi yang efektif dalam perusahaan. Namun pada penelitian ini peneliti membedakan pola komunikasi menjadi 3, lokasi penelitian berada di RRI Kota Surakarta, dan peneliti tidak menghubungkan antara pola komunikasi dengan loyalitas karyawan (Yarosca, 2016). Karyawan yang sangat termotivasi akan berkomunikasi secara terbuka dengan manajemen dengan mengedepankan

saran atau ide, mendengarkan nasihat dan berkontribusi mengutarakan pendapat diri mereka (Karimi, 2013). Hal ini dikemukakan pada jurnal internasional dengan mengambil tema dampak komunikasi terhadap motivasi karyawan di Kenya. Oleh karena itu perusahaan harus memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas karyawan diantaranya adalah *communication style*.

Komunikasi yang baik antara atasan dengan bawahan ataupun bawahan dengan atasan akan menciptakan pengertian yang dapat membantu dalam membangun *relationship* yang tulus. Komunikasi yang buruk dapat mempengaruhi kinerja karyawan. Oleh karena itu, organisasi harus rutin mengartikulasikan kebijakan, tujuan dan sasaran untuk karyawan dan untuk meningkatkan kinerja karyawan. Pimpinan perlu berkomunikasi dengan karyawan secara teratur untuk mendapatkan *feed back* dan memberikan masukan lain demi pencegahan kebingungan tentang pekerjaan karyawan. Hal ini akan membantu meningkatkan kinerja karyawan agar lebih produktif dalam bekerja. Pimpinan juga perlu melakukan komunikasi secara langsung dengan bawahannya terkait dengan isu-isu penting ataupun hambatan yang menyangkut dengan perusahaan. Perusahaan harus menghilangkan hambatan komunikasi dan menciptakan komunikasi yang baik, partisipatif, dan terbuka demi terciptanya komitmen dalam bekerja (Femi, 2014). Jika *communication style*-nya sudah baik, akan menimbulkan komunikasi yang *effective* sehingga hubungan dengan seluruh karyawan akan terjalin dengan baik. Penelitian tersebut menggunakan tema dampak komunikasi terhadap kinerja pekerja di organisasi terpilih di Lagos State, Nigeria. Perbedaan ditunjukkan pada fokus peneliti menggunakan variabel *communication style* dengan loyalitas karyawan, sedangkan penelitian yang telah dilakukan Femi adalah dengan menggunakan variabel komunikasi efektif dan kinerja karyawan.

Karyawan juga menikmati pekerjaannya dan senang dengan pekerjaannya akan menimbulkan kebahagiaan dan akan berampak pada kenyamanan karyawan bekerja pada perusahaan sehingga mereka akan tetap setia terhadap perusahaan (Proctor, 2014). Menurut Howard Taylor (2007), bahwa kualitas hubungan di tempat kerja merupakan faktor yang sangat penting dalam perusahaan sehingga komunikasi harus terjaga dengan baik. Komunikasi yang efektif mempengaruhi kedekatan secara mendasar dan perbaikan secara terus-menerus. Adanya kedekatan ini, perubahan muncul paling sering dari saran yang dibuat oleh karyawan yang bekerja disebuah perusahaan yang mendorong komunikasi dari ide-ide dan gagasan mereka (Karimi, 2013). Pemimpin menghabiskan 75% waktu mereka secara

aktif berkomunikasi dengan karyawan. Efektivitas komunikasi kepemimpinan merupakan hal mendasar untuk loyalitas karyawan (Hills, 2015).

Communication style yang baik dalam perusahaan pastinya didukung dengan sistem yang baik. Dengan adanya sistem di perusahaan, maka akan semakin efektif komunikasinya. Sistem yang baik adalah sistem yang terorganisir, sehingga tidak menimbulkan gangguan. Untuk itu sistem diperlukan dalam sebuah perusahaan agar dalam pencapaian tujuan tidak mengalami gangguan. Adanya ketergantungan antara komponen-komponen atau bagian-bagian dari suatu sistem, sehingga jika terjadi perubahan pada satu sistem akan menimbulkan perubahan di sistem yang lain pula.

Berdasarkan analisis sebelumnya, disimpulkan bahwa *communication style* mempengaruhi loyalitas karyawan. Seperti yang telah dikatakan oleh Chandranegara & Irvianti (2010), bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara pola komunikasi dalam organisasi terhadap loyalitas karyawan. Peneliti menemukan bahwa *communication style* mempengaruhi loyalitas karyawan sebesar 10,6 % dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang peneliti tidak dapat sebutkan. Hal yang serupa juga diungkapkan oleh Sasmito (2014) faktor lain selain *communication style* yang dapat berpengaruh pada loyalitas karyawan adalah pemimpin yang karismatik, namun pada penelitian ini peneliti tidak meneliti variabel lainnya yang mempengaruhi loyalitas karyawan. Penelitian lain menyebutkan bahwa komunikasi cenderung tidak dinamis karena adanya unsur senioritas di perusahaan (Purworini, 2014).

Lee (2015) menjelaskan bahwa semakin tinggi loyalitas karyawan terhadap perusahaan, maka mampu meningkatkan produktifitas dan kualitas produk perusahaan yang berdampak pada meningkatnya pendapatan perusahaan dan kesejahteraan karyawan. Sehingga perusahaan perlu memberikan motivasi dalam upaya meningkatkan loyalitas karyawan untuk keuntungan bersama. Hasil penelitian menunjukkan skor tertinggi pada *communication style* yaitu 160 pada gaya komunikasi diagonal atau gaya komunikasi lintas divisi. Hal ini dapat diartikan bahwa karyawan lebih menyukai berkomunikasi dengan divisi lain.

Hasil penelitian lain menunjukkan bahwa tingkat pekerjaan dan gaji bulanan merupakan faktor yang paling penting untuk meningkatkan loyalitas karyawan (Ong dkk, 2014). Berdasarkan kuesioner, peneliti menemukan bahwa tingkat kepuasan karyawan terhadap gaji yang diterima menunjukkan sebanyak 15 orang memilih setuju dan 15 orang memilih sangat setuju. Melakukan pelatihan kerja dikatakan penting karena dapat

menimbulkan rasa dihargai terhadap usaha yang dilakukan oleh karyawan. Hal ini akan mengembangkan hubungan antara karyawan dan pemimpin perusahaan untuk mengurangi tingkat *turnover* karyawan.

Strategi keterlibatan karyawan dapat lebih efektif berkontribusi untuk mempertahankan loyalitas karyawan. Hal ini menunjukkan bahwa karyawan memiliki peran yang penting dalam sebuah perusahaan karena dapat membantu dalam memahami dan meningkatkan loyalitas karyawan (Gill, 2011). Rasa empati, pemberian perintah, bahasa, dan rasa puas terhadap pekerjaannya juga dapat mempengaruhi tingkat loyalitas karyawan terhadap perusahaan. Rasa empati dapat berupa perhatian perusahaan terhadap seluruh karyawannya, baik perhatian kepada karyawannya itu sendiri ataupun terhadap keluarga karyawan (Hills, 2015).

4. PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh *communication style* terhadap loyalitas karyawan yang ditunjukkan dengan nilai signifikansi $0,019 < 0,05$. Pengaruh *communication style* terhadap loyalitas karyawan sebesar 10,6%, sisanya sebesar 89,4% dipengaruhi oleh variabel lain. Variabel yang lain disini disebutkan pada penelitian yang lain adalah tingkat pekerjaan dan gaji adalah faktor penting dalam meningkatkan loyalitas karyawan (Ong dkk, 2014). Lee (20015) juga mengatakan bahwa meningkatkan motivasi karyawan dapat meningkatkan tingkat loyalitas karyawan agar semakin tinggi. Rasa empati yang tinggi terhadap seluruh karyawan juga dapat meningkatkan loyalitas karyawan. Hal ini berarti bahwa *communication style* hanya mempengaruhi sebagian kecil dari loyalitas karyawan di Solo Square. Loyalitas karyawan terhadap perusahaan sangat diperlukan oleh perusahaan, karena jika karyawannya tidak memiliki loyalitas yang tinggi maka perusahaan akan sulit untuk berkembang dan mencapai tujuan perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan perlu menumbuhkan loyalitas karyawannya untuk tetap bisa bertahan disaat sulit sekalipun. Jika perusahaan tidak bisa menghargai karyawan sebagaimana mestinya, karyawan akan berpikir ulang untuk tetap bekerja diperusahaan atau mencari pekerjaan lain.

Peneliti menemukan bahwa para karyawan yang ada di Solo Square terlihat melakukan interaksi dengan divisi lain. Hal ini dilakukan ketika jam-jam istirahat ataupun ketika jam kerja sedang tidak sibuk. Mereka terlihat saling bercengkrama satu dengan yang lain dengan bercanda ataupun saling bertukar pikiran. Hal ini dapat dilihat pada hasil olah data pada komunikasi diagonal mendapatkan perolehan skor lebih tinggi, yaitu sebanyak 160 poin

dibandingkan dengan komunikasi vertikal keatas 150 poin, komunikasi vertikal kebawah 150 poin ataupun komunikasi horizontal 125 poin.

Penelitian selanjutnya diharapkan mampu meneliti pusat perbelanjaan lain dengan sampel yang lebih luas, sehingga mampu mengetahui tingkat loyalitas pada pusat perbelanjaan yang ada di Solo. Selain itu penelitian selanjutnya juga dapat membandingkan tingkat loyalitas karyawan pada seluruh pusat perbelanjaan yang berada di Solo, sehingga dapat mengetahui tingkat loyalitas tertinggi di pusat perbelanjaan di Solo. Jenis penelitian juga dapat menggunakan penelitian kualitatif untuk penelitian selanjutnya.

PERSANTUNAN

Peneliti ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada berbagai pihak secara langsung maupun tidak langsung yang telah berperan penting dalam terselesaikannya penelitian ini, diantaranya adalah: Dr. Dian Purworini, S.Sos, MM selaku pembimbing terimakasih atas segala waktu, bimbingan dan motivasinya sehingga peneliti bisa menyelesaikan penelitian ini. Mama, papa, kakak-kakakku dan adik-adikku tercinta, terima kasih atas doa, kasih sayang dan dukungan untukku. Terimakasih untuk Pandu yang selalu memberikan dukungan dan motivasinya. Sahabat dan teman seperjuangan yang juga selalu membagi pengalaman dan memberikan motivasi untuk peneliti agar tetap semangat. Tak lupa peneliti sampaikan terimakasih untuk Solo Square yang telah memberikan izin kepada peneliti untuk meneliti. Seluruh responden yang bersedia meluangkan waktunya sebagai subyek dalam penelitian ini dan berbagai pihak yang tidak mampu peneliti sebutkan satu persatu.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Ma'ani, A. I. (2013). Factors Affecting The Organizational Loyalty Of Workers In The Jordanian Commercial Banks. *Interdisciplinary Journal Of Contemporary Research In Business* , 1-19.
- Andriani, S. (2016). Analisis Faktor-Faktor Yang Menentukan Loyalitas Karyawan Pada BMT Mitra Mandiri Wonogiri. *Naskah Publikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta* , 1.
- Anggraini, C., Sutarso, J., & Santoso, B. (2014). Analisis Komparatif Rekrutmen Perempuan Dalam Partai Politik Studi Kasus PDIP Dan PKS Kota Surakarta. *KomuniTi* , 134.
- Arikunto, S. (2002). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.

- Berger, B. (2008, 11 17). *Employee / Organizational Communication*. Dipetik 11 1, 2016, Dari www.instituteforpr.org: <http://www.instituteforpr.org/employee-organizational-communications/>
- Chairunnisah, S. (2012). Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Komunikasi Internal, Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Pegawai (Studi Kasus Di Kantor Kecamatan Grogol Petamburan Jakarta Barat). *Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma* , 1-15.
- Chandranegara, K., & Irvianti, L. S. (2010). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Manajer, Pola Komunikasi Dalam Organisasi, Dan Jenis Penghargaan Terhadap Loyalitas Karyawan. *Journal The Winners* , 100-101.
- Faules, R. W. (2005). *Komunikasi Organisasi*. Bandung: Rosda.
- Femi, A. F. (2014). The Impact Of Communication On Workers' Performance In Selected Organisations In Lagos State, Nigeria. *IOSR Journal Of Humanities And Social Science (IOSR-JHSS) Volume 19, Issue 8, Ver. II* , 75-82.
- Gill, R. (2011). Using Storytelling To Maintain Employee Loyalty During Change. *International Journal Of Business And Social Science Vol. 2 No. 15; August 2011* , 1-10.
- Hills, K. N. (2015). Communication Strategies To Generate Employee. *Walden University* , 1-164.
- Jati, S. (2014). Pengaruh Kepemimpinan Karismatik Terhadap Loyalitas Karyawan Dan Harga Diri Pada Multifinance Di Sragen. *Naskah Publikasi Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta* , 5-6.
- John, L, & Stephen. (2009). *Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Karimi, M. J. (2013). The Impact Of Communication On Employee Motivation In The Kenyan Public Service: A Case Study Of Postal Corporation Of Kenya. *University Of Nairobi* , 1-85.
- Kasiati. (2016). Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Gaya Komunikasi, Dan Kompensasi Terhadap Loyalitas Karyawan Pada Wisma Rias Rindu Nganjuk. *Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara Persatuan Guru Republik Indonesia UN PGRI Kediri* .

- Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations Advertising, Komunika Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana .
- Lee, Y. J, Lee, I. C, & Lin, C. L. (2015). The Impact Of Employee Loyalty And Organization Citizenship Behavior On Organizationall Performance: A Case Of Taiwan-Listen Family Business. *International Journal Of Information Technology And Business Management* , 1-18.
- Liliweri, A. (2014). *Sosiologi & Komunikasi Organisasi*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Lubis, F. W. (2008). Peranan Komunikasi Dalam Organisasi. *Universitas Sumatera Utara* , 54.
- Mahendra, S. (2013). Hubungan Komunikasi Vertikal Dengan Motivasi Kerja Karyawan PT. United Tracktor,Tbk Samarinda. *eJournal Ilmu Komunikasi* , 1-15.
- Mangkuprawira, S. (2011). *Strategi Efektif Mengelola Karyawan*. Bogor: IPB Press.
- Manish, R. (2013). Performance Management and Employee Loyalty. *Global Journal Of Management And Business Research* , 1-5.
- Mar'atusholihah, H. (2010). Hubungan Antara Loyalitas Kerja Karyawan Dengan Iklim Orgaisasi Positif. *Hubungan Antara Loyalitas Kerja Karyawan Dengan Iklim Orgaisasi Positif* , 1-70.
- Markos, S., & Sridevi M. S. (2010). Employee Engagement: The Key To Improving Performance. *International Journal Of Business And Management* , 5 No 12, 1-8.
- Muhammad, A. (2007). *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Odoom, B. N. (2015). Does Internal Marketing Influence Employee Loyalty? Evidence From The Ghanaian Banking Industry. *Taylor & Francis Informa UK Limited Volume 36, 2015 - Issue 2* .
- Ong, D., Ong, V., Zhang, L. H., Huey, P. S., & Hie, T. S. (2014). Expressions Of Fresh Graduates: Employee Loyalty In Malaysia. *World Journal Of Management Vol. 5. No. 2. September 2014* , 92 – 106.
- Proctor, C. (2014). Effective Organizational Communication Affects Employee Attitude, Happiness, And Job Satisfaction. *Southern Utah University* , 31.

- Purworini, D. (2014). Model Informasi Publik Di Era Media Sosial: Kajian Grounded Teori Di Pemda Sukoharjo. *KomuniTi Vol VI* , 10.
- Putri, I. S. (2014). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Dan Loyalitas Karyawan Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT.Kurnia Alam Persita Kudus. *Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro* , 1-64.
- Raharjo, S. (2014, 6 28). *Uji Regresi Sederhana Dengan SPSS Lengkap*. Dipetik 11 18, 2016, dari Konsistensi Panduan Olah Data Penelitian Dengan SPSS: www.konsistensi.com
- Riana, G., & Hermawan, I. K. (2014). Analisis Faktor-Faktor Yang Menentukan Loyalitas Karyawan Pada PT. Inti Buana Permai Denpasar Bali. *Universitas Udayana* , 1-15.
- Romli, K. (2011). *Komunikasi Organisasi Lengkap*. Jakarta: Grasindo.
- Siagian, S. P. (2002). *Kiat Meningkatkan Produktivitas Kerja*. Jakarta: PT.Rineka Cipta.
- Siagian, S. P. (1996). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiono. (2010). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Tibyan, M. (2015). Peran Komunikasi Organisasi Pada Loyalitas Karyawan (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Perusahaan Otobus Blue Star Salatiga). *Universitas Islam Negri Sunan Kalijaga Yogyakarta* , 1-64.
- Wan, H. L. (2006). Employee Loyalty At The Workplace: The Impact Of Japanese Style Of Human Resource Management. *International Management Journals* , 1-17.
- West, R., & Turner, L. H. (2007). *Pengantar Teori Komunikasi Analisis Dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Yarosca, E. T. (2016). Pengaruh Pola Komunikasi Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan LPP RRI Surakarta (Studi Kuantitatif Eksplanatif Di Radio Republik Indonesia Surakarta Tahun 2015). *Universitas Muhammadiyah Surakarta* , 1-19.