

Pengaruh Komunikasi Internal dan Komitmen Organisasi terhadap Loyalitas Kinerja Karyawan (Studi pada Bidang Manufaktur PT Rudy Soetadi)

Raisha Vircani Audi^{1*}, Edy Prihantoro²

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Gunadarma

*Email: kani.raisha27@gmail.com

ABSTRAK

Komunikasi internal dan komitmen organisasi dinilai berpengaruh pada loyalitas karyawan dalam perusahaan, salah satunya adalah PT. Rudy Soetady yang bergerak di bidang manufaktur dan menghasilkan produksi berupa kosmetik dan *healthy care*. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh komunikasi internal (X1) dan komitmen organisasi (X2) terhadap loyalitas kinerja karyawan (Y) PT Rudy Soetadi. Hipotesis penelitian ini adalah: tidak ada pengaruh komunikasi internal (X1) terhadap loyalitas kinerja karyawan (Y), tidak ada pengaruh komitmen organisasi (X2) terhadap loyalitas kinerja karyawan (Y), dan tidak ada pengaruh komunikasi internal dan komitmen organisasi terhadap loyalitas kinerja karyawan PT Rudy Soetadi. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan melakukan survei pada karyawan PT Rudy Soetady. Data dianalisis dengan melakukan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji linieritas, uji homogenitas, analisis regresi linier sederhana, analisis koefisien determinasi dan analisis korelasi. Hasil penelitian ini adalah komunikasi internal memiliki pengaruh terhadap loyalitas kinerja karyawan PT. Rudy Soetady yang dibuktikan oleh nilai t hitung $X1$ sebesar $2,340 > 1,984$ dan nilai $Sig.$ $0,011 < 0,05$. Komitmen organisasi memiliki pengaruh terhadap loyalitas kinerja karyawan PT. Rudy Soetady yang dibuktikan oleh nilai t hitung $X2$ sebesar $14,997 > 1,984$ dan $Sig.$ $0,000 < 0,05$. Komunikasi internal (X1) dan komitmen organisasi (X2) memiliki pengaruh terhadap loyalitas karyawan yang dibuktikan oleh nilai $258,276 > 3,04$ dan nilai $Sig.$ $0,011 < 0,05$ dan uji koefisien nilai R square sebesar $0,670$ (67,0%). Variabel komunikasi internal (X1) dan komitmen organisasi (X2) terhadap loyalitas kinerja karyawan (Y) mengarah pada hubungan yang positif atau saling berpengaruh. **Kata Kunci:** Komunikasi Internal, Komitmen Organisasi, Loyalitas Kinerja Karyawan

The Effect of Internal Communication and Organizational Commitment on Employee Performance Loyalty (Study in the Manufacturing Sector of PT Rudy Soetadi)

ABSTRACT

Internal communication and organizational commitment considered to have effect on employee loyalty, one of which is PT. Rudy Soetady, which is engaged in manufacturing and produces cosmetics and healthy care products. This research conducted to determine effect of internal communication (X1) and organizational commitment (X2) on employee performance loyalty (Y) of PT Rudy Soetadi. Hypothesis of this study are: there is no influence of X1 on Y, there is no influence of X2 on Y, and there is no influence of internal communication and organizational commitment on employee performance loyalty. Research method used in this research is quantitative method by conducting a survey on employees of PT Rudy Soetady. Data were analyzed by validity test, reliability test, normality test, linearity test, homogeneity test, simple linear regression analysis, determination coefficient analysis and correlation analysis. Result of this research is internal communication has influence on employee performance loyalty as evidenced by value of t count $X1$ of $2,340 > 1,984$ and the value of $Sig.$ $0.011 < 0.05$. Organizational commitment has influence on the performance loyalty of employees as evidenced by the value of t count $X2$ of $14.997 > 1.984$ and $Sig.$ $0.000 < 0.05$. Internal communication (X1) and organizational commitment (X2) have influence on employee loyalty as evidenced by the value of $258.276 > 3.04$ and the value of $Sig.$ $0.011 < 0.05$ and the coefficient test for the R square value of 0.670 (67.0%). Internal communication variables (X1) and organizational commitment (X2) to employee performance loyalty (Y) lead to a positive or mutually influential relationship.

Keywords: Internal Communication, Organization Commitment, Employee Performance Loyalty

Korespondensi: Raisha Vircani Audi S.I.KOM. Universitas Gunadarma. Jl. Margonda Raya Pondok Cina, Depok. 16424 No. HP, WhatsApp: 082113340781 Email: kani.raisha27@gmail.com

PENDAHULUAN

Komunikasi muncul sebagai hasil dari kompleksitas dan kekayaan kajian komunikasi. Keberagaman pengertian komunikasi ini membawa keunikan dalam kajian komunikasi. Ditengah keberagaman ini, ada dua hal yang menjadi benang merah yang menyatukan keberagaman perspektif tentang pengertian komunikasi ,dimana keseluruhan pandangan dari berbagai perspektif selalu melihat komunikasi sebagai proses tatap muka serta komunikasi bermedia. Dengan menggunakan dua hal ini maka ada beberapa kata kunci dalam komunikasi yang memayungi berbagai perspektif yang ada, yaitu sosial, proses simbol, makna dan lingkungan (Turner dan West,2007:5)

Komunikasi memegang peranan yang sangat penting. Hampir seluruh aktifitas sistem pekerjaan dilaksanakan dengan cara berkomunikasi. Komunikasi sumber kehidupan bagi setiap organisasi dan merupakan suatu kunci sukses dalam karir bisnis dan kehidupan pribadi. Lebih tegas dikatakan bahwa komunikasi itu sangat penting, sehingga apabila tidak ada komunikasi maka organisasi itu tidak akan berfungsi. (Murphy dan Peck, alma 1987)

Komunikasi internal adalah proses pertukaran informasi dan komunikasi di antara pimpinan dan para karyawan dalam suatu perusahaan yang menyebabkan terwujudnya struktur yang khas (organisasi) dan pertukaran gagasan secara horizontal dan vertikal yang menyebabkan pekerjaan dapat berlangsung secara efektif.

Komunikasi internal mempunyai peranan penting didalam sebuah organisasi dan berkaitan erat dengan loyalitas yang tinggi terhadap pekerjaannya maupun organisasi tempat dia bekerja. Oleh karena itu didalam suatu organisasi harus dibina komunikasi internal yang baik dan lancar agar tujuan organisasi dapat tercapai dengan baik dan semaksimal mungkin bisa membantu beroperasi suatu lembaga.

Komunikasi internal yang baik akan membuat karyawan merasa lebih dihargai melalui pendapat yang didengarkan, maupun merasa terlibat dalam perusahaan tersebut melalui koordinasi kerja antar karyawan. Hal tersebut dapat membuat karyawan merasa lebih nyaman bekerja dalam perusahaan dan lebih memiliki tanggungjawab. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa komunikasi internal organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap komitmen organisasional (Vuuren, De Jong, & Seydel, 2007). Menurut Fink (1992) performa kerja karyawan sangat dipengaruhi tingkat komitmen yang dimiliki oleh karyawan yang bersangkutan. Hal ini dapat dimengerti, karena dengan komitmen yang kuat, seorang karyawan akan memberikan usaha dan energinya terhadap organisasi yang karyawan tersebut berkomitmen terhadapnya

Karyawan atau pekerja dalam suatu perusahaan merupakan aset yang sangat penting. Karyawan itu sendiri dalam prakteknya sangat terkait dengan status dan kedudukan antara satu dengan yang lainnya yang memiliki perbedaan dalam berbagai hal diantaranya dilihat pada tingkat kemampuannya, pengalaman,

pendidikan, jabatan, gaji, usia, dan sebagainya. Adanya perbedaan yang terjadi antar karyawan didalam suatu perusahaan, komunikasi yang di lakukan dari pimpinan kebawahan menjadi sangat penting dimana dalam tujuan untuk meningkatkan loyalitas dan kinerja dalam organisasi perlu komunikasi yang tidak hanya sekedar penyampaian pesan dari komunikator ke komunikan akan tetapi perlu juga proses penyampaian pesan yang lebih baik untuk suatu langkah mewujudkan komunikasi internal.

Dalam melaksanakan kegiatan kerja karyawan tidak akan terlepas dari loyalitas dan sikap kerja, sehingga dengan demikian karyawan tersebut akan selalu melaksanakan pekerjaan dengan baik. Hal itu menyebabkan bahwa karyawan merasakan adanya kesenangan yang mendalam terhadap pekerjaan yang dilakukan. Utomo (dalam Tommy, 2010 : 10). Menyebutkan bahwa loyalitas dapat dikatakan sebagai kesetiaan seseorang terhadap suatu hal yang bukan hanya berupa kesetiaan fisik semata, namun lebih pada kesetiaan non fisik seperti pikiran dan perhatian. Loyalitas para karyawan dalam suatu organisasi itu mutlak diperlukan demi kesuksesan organisasi itu sendiri. Menurut Reichheld, semakin tinggi loyalitas para karyawan di suatu organisasi, maka semakin mudah bagi organisasi itu untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi yang telah ditetapkan sebelumnya oleh pemilik organisasi. Begitu pula sebaliknya, bagi organisasi yang loyalitas para karyawannya rendah, maka semakin sulit bagi organisasi tersebut untuk mencapai tujuan-tujuan organisasinya yang telah ditetapkan sebelumnya oleh para pemilik organisasi.

Loyalitas para karyawan bukan hanya sekedar kesetiaan fisik atau keberadaannya di dalam organisasi, namun termasuk pikiran, perhatian, gagasan, serta dedikasinya tercurah sepenuhnya kepada organisasi. Saat ini loyalitas para karyawan bukan sekedar menjalankan tugas-tugas serta kewajibannya sebagai karyawan yang sesuai dengan uraian-uraian tugasnya atau disebut juga dengan job description, melainkan berbuat seoptimal mungkin untuk menghasilkan yang terbaik dari organisasi.

Loyalitas karyawan yang mempunyai keterlibatan tinggi dengan pekerjaannya, mempersiapkan kerja sebagai sesuatu yang penting bagi pengembangan self-esteem-nya. Dengan demikian, diduga bahwa karyawan yang mempunyai keterlibatan kerja yang tinggi akan menunjukkan kinerja (kualitas performance) yang berbeda dengan mereka yang keterlibatannya rendah. Untuk menghindari hal-hal yang tidak diinginkan, maka hubungan komunikasi intern harus selalu dibina, dibangun dan diperhatikan sebelum menimbulkan dampak-dampak yang merugikan lembaga. Sedangkan seorang pegawai atau karyawan yang baik harus dan wajib mempunyai loyalitas tinggi terhadap pekerjaannya baik pada waktu perusahaannya sukses maupun disaat krisis. Keduanya harus tetap seimbang dalam menjalankannya, karena apabila tidak ada keseimbangan dari karyawan ataupun kelayakan secara otomatis lembaga tersebut akan mudah koleps, dan tidak mampu bersaing dengan lembaga lain.

Sikap-sikap inilah yang harus dimiliki semua karyawan dan atasan untuk mengatasi operasional lembaga baik dalam posisi krisis ataupun sukses. Tetap mengacu pada visi misi dan aturan sebuah lembaga, menyelesaikan segala sesuatu pekerjaan dengan baik, mampu bekerja dengan tim, bisa mengatur komunikasi

dan kesetiaan dengan sesama anggota, siap mempertahankan segala sesuatu yang menjadikan privasi lembaga, menyadari akan semua tugas dan tanggung jawab selama masih menjabat sebagai seorang pegawai lembaga.

Secara keseluruhan komunikasi internal yang efektif akan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas kerja. Pengaruh tersebut mempunyai arah hubungan yang positif, sehingga apabila komunikasi yang positif mengalami perbaikan atau peningkatan maka akan memberikan dampak yang positif juga pada loyalitas kerja karyawan.

Tempo Scan Group yang sebelumnya juga dikenal sebagai The Tempo Group merupakan suatu kelompok usaha swasta nasional yang terdiri lebih dari 30 perusahaan yang sebagian bernaung di dalam PT. Tempo Scan Pacific, Tbk. Kelompok usaha ini bergerak di bidang usaha utama di bidang manufaktur & pemasaran produk Farmasi, produk Nutrisi, produk Konsumen & Kosmetika, serta Jasa Distribusi & Logistik, dan Property & Jasa Keuangan. Kegiatan usaha Tempo Scan Group dimulai dengan didirikannya PT. Perusahaan Dagang Tempo pada tanggal 3 November 1953, yang bergerak di bidang perdagangan produk Farmasi, selanjutnya kelompok usaha tersebut mengembangkan sayap usahanya ke bidang manufaktur Produk Farmasi melalui berdirinya PT. Scanchemie pada tahun 1970. Berikutnya Tempo Scan Group melebarkan usahanya ke bidang perdagangan dan manufaktur Produk Kosmetika dan Produk Konsumen antara lain melalui PT. Barclay Products pada tahun 1977 dan PT. Rudy Soetadi pada awal dekade 80-an.

Mengukur tingkat keberhasilan yang sudah dicapai oleh PT. Tempo Scan Pasific terkait dengan kinerja karyawannya perlu dilakukan kajian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja karyawan. Dari kajian beberapa literatur yang ada kinerja karyawan antara lain dipengaruhi oleh komunikasi organisasi dan komitmen organisasi. Oleh karena itu perlu dilakukan sebuah penelitian tentang pengaruh komunikasi organisasi dan komitmen organisasi terhadap loyalitas kinerja karyawan.

PT Tempo Scan Pasific sebagai perusahaan besar memiliki beberapa anak perusahaan yang juga mengalami kemajuan cukup bagus, salah satunya PT. Rudy Soetadi, perusahaan yang bergerak di bidang manufaktur dan menghasilkan produksi berupa kosmetik dan healthy care.

Beberapa penelitian terdahulu yang dapat mendukung penelitian ini antara lain penelitian Stefanny Angelica Pangendaheng yang berjudul “Pengaruh Komunikasi Internal Organisasi Dan Komitmen Organisasional Terhadap Kinerja Karyawan Bank Mayapada Cabang Ruko Mapan Indah”. Menggunakan metode Kuantitatif yang berisi Komunikasi internal organisasi berpengaruh terhadap kinerja karyawan secara positif. Jika perusahaan memperbaiki komunikasi internal terutama komunikasi vertikal bawahan kepada atasan, maka akan meningkatkan kinerja karyawan Bank Mapayada cabang Ruko Mapan Indah. Komitmen organisasional berpengaruh secara signifikan terhadap Kinerja Karyawan secara positif.

Penelitian berikutnya adalah penelitian oleh Kristina Munthe dan Ermina Tiorida dengan judul Pengaruh Komunikasi Internal Terhadap Kinerja Karyawan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang berisi Pelaksanaan komunikasi internal pada PT Rudy Soetadi sudah dilaksanakan dengan baik. Namun

demikian dalam hal terjalannya suatu hubungan sosial yang baik antara bawahan dengan pimpinan perusahaan dinilai kurang, karena memiliki nilai rata-rata terendah.

Kedua penelitian di atas sama-sama menghasilkan kinerja karyawan yang didukung dengan hubungan antara komunikasi internal dan komitmen organisasi terhadap loyalitas kinerja karyawan maka digunakan teori Komunikasi organisasi, Komunikasi Interpersonal dan Teori Sistem sosial untuk melihat hasil komitmen organisasi terhadap loyalitas kinerja karyawan.

Komunikasi internal adalah proses pertukaran informasi dan komunikasi di antara pimpinan dan para karyawan dalam suatu perusahaan yang menyebabkan terwujudnya struktur yang khas (organisasi) dan pertukaran gagasan secara horizontal dan vertikal yang menyebabkan pekerjaan dapat berlangsung secara efektif. (Effendi, 2004 : 122)

Murphy dan Peck mengatakan yang dikutip oleh Alma (1987), komunikasi memegang peranan yang sangat penting. Hampir seluruh aktifitas sistem pekerjaan dilaksanakan dengan cara berkomunikasi. Komunikasi sumber kehidupan bagi setiap organisasi dan merupakan suatu kunci sukses dalam karir bisnis dan kehidupan pribadi. Lebih tegas dikatakan bahwa komunikasi itu sangat penting, sehingga apabila tidak ada komunikasi maka organisasi itu tidak akan berfungsi.

Dari yang ditulis dalam latar belakang dan rumusan masalah di atas, komunikasi internal adalah merupakan unsur utama di dalam perusahaan. Tanpa adanya komunikasi internal yang efektif baik secara verbal maupun non-verbal akan sulit terjadi hubungan, kerjasama dan saling pengertian, sehingga terjadi suatu efektivitas kerja yang baik antara pimpinan dengan karyawan dan antar karyawan, dalam rangka mencapai tujuan organisasi.

Dalam suatu hubungan, komunikasi internal merupakan suatu kebutuhan mendasar bagi suatu perusahaan karena keberhasilan perusahaan dapat dilihat dari bagaimana pola komunikasi yang digunakan antara perusahaan dengan karyawan yang berada didalamnya. Kegiatan komunikasi dilakukan di dalam perusahaan selayaknya berjalan baik dan benar agar tercapai efektivitas kerja yang diinginkan oleh perusahaan.

Komunikasi vertikal bisa disebut juga komunikasi ke bawah dan komunikasi ke atas. Adapun pengertian dari komunikasi ke atas dan komunikasi ke bawah sebagai berikut: 1) Komunikasi ke bawah berarti informasi mengalir dari jabatan berotoritas tinggi kepada mereka yang berotoritas lebih rendah. 2) Komunikasi ke atas, berarti informasi mengalir dari tingkat yang lebih rendah (bawahan) ke tingkat yang lebih tinggi (penyelia).

Komunikasi ke atas penting karena beberapa alasan. Kebanyakan analisis dan penelitian dalam komunikasi ke atas menyatakan bahwa penyelia dan manajer harus menerima informasi dari bawahan mereka yang: 1) Memberitahukan apa yang dilakukan bawahan – pekerjaan mereka, prestasi, kemajuan, dan rencana-rencana untuk waktu mendatang; 2) Menjelaskan persoalan-persoalan kerja yang belum dipecahkan bawahan yang mungkin memerlukan beberapa macam bantuan; 3) Memberikan saran atau gagasan untuk perbaikan

dalam unit-unit mereka atau dalam organisasi sebagai suatu keseluruhan; 4) Mengungkapkan bagaimana pikiran dan perasaan bawahan tentang pekerjaan mereka, rekan kerja mereka dan organisasi.

Komunikasi horizontal terdiri dari penyampaian informasi diantara rekan- rekan sejawat dalam unit kerja yang sama. Unit kerja meliputi individu-individu yang ditempatkan pada tingkat otoritas yang sama dalam organisasi dan mempunyai atasan yang sama. Jadi, di universitas, unit kerja dapat berubah sesuai jurusan. Jurusan komunikasi, jurusan perilaku organisasi, dan jurusan ilmu pengajaran semuanya meliputi dosen-dosen yang dipimpin oleh seorang ketua jurusan. Komunikasi diantara dosen-dosen dalam sebuah jurusan disebut komunikasi horizontal. Komunikasi dosen yang satu dengan dosen yang lainnya disebut komunikasi lintas- saluran, yaitu informasi yang diberikan melewati batas-batas fungsional atas batas- batas unit kerja, dan diantara orang-orang yang satu sama lainnya tidak saling menjadi atasan dan bawahan. Tujuan komunikasi horizontal, penelitian dan pengalaman menyatakan bahwa komunikasi horizontal muncul paling sedikit karena enam alasan sebagai berikut: 1) Untuk mengkoordinasikan penugasan kerja; 2) Berbagi informasi mengenai rencana dan kegiatan; 3) Untuk memecahkan masalah; 4) Untuk memperoleh pemahaman bersama; 5) Untuk menumbuhkan dukungan antar persona.

Pace dan Faules (2010:185) mengungkapkan hambatan-hambatan pada komunikasi horizontal banyak persamaanya dengan hambatan yang mempengaruhi komunikasi ke atas dan komunikasi ke bawah. Ketidakpercayaan diantara rekan-rekan kerja, perhatian yang tinggi pada mobilitas ke atas, dan persaingan dalam sumber daya dapat mengganggu komunikasi pegawai yang sama tingkatnya dalam organisasi dengan sesamanya.

Faktor utama yang mempengaruhi efektivitas komunikasi internal adalah berbagi informasi, tidak menyeluruhnya informasi yang disampaikan, tidak menghargai komunikasi, waktu dan hirarki (Chmielecki, 2015).

Kinerja apabila dikaitkan dengan performance sebagai kata benda (noun), maka pengertian performance atau kinerja adalah hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau kelompok orang dalam suatu perusahaan sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing dalam upaya pencapaian tujuan perusahaan secara ilegal, tidak melanggar hukum dan tidak bertentangan dengan moral dan etika (Rivai & Basri, 2004; Riniwati 2011). Menurut Sinambela, dkk (2012) dalam Riniwati, 2011 mengemukakan bahwa kinerja pegawai didefinisikan sebagai kemampuan pegawai dalam melakukan sesuatu keahlian tertentu.

Kinerja pegawai sangatlah perlu, sebab dengan kinerja ini akan diketahui seberapa jauh kemampuan pegawai dalam melaksanakan tugas yang dibebankan kepadanya. Untuk itu diperlukan penentuan kriteria yang jelas dan terukur serta ditetapkan secara bersama-sama yang dijadikan sebagai acuan. Menurut Riniwati (2011), kinerja adalah sejauh mana seseorang telah memainkan baginya dalam melaksanakan strategi organisasi, baik dalam mencapai sasaran khusus yang berhubungan dengan peran perorangan dan atau dengan memperlihatkan kompetensi yang dinyatakan relevan bagi organisasi. Kinerja adalah suatu konsep yang multi

dimensional mencakup tiga aspek yaitu sikap (attitude), kemampuan (ability) dan prestasi (accomplishment). Berdasarkan uraian tersebut di atas dengan pencatatan hasil kerja (proses) yang dicapai oleh seseorang karyawan dalam melakukan suatu pekerjaan dapat dievaluasi tingkat kinerja pegawainya, maka kinerja karyawan harus dapat ditentukan dengan pencapaian target selama periode waktu yang dicapai organisasi.

Mutu kerja karyawan secara langsung mempengaruhi kinerja perusahaan. Guna mendapatkan kontribusi karyawan yang optimal, manajemen harus memahami secara mendalam strategi untuk mengelola, mengukur dan meningkatkan kinerja, yang dimulai terlebih dahulu dengan menentukan tolak ukur kinerja. Ada beberapa syarat tolak ukur kinerja yang baik, yaitu: 1) Harus mampu diukur dengan cara yang dapat dipercaya. 2) Harus mampu membedakan individu-individu sesuai dengan kinerja mereka. 3) Harus sensitif terhadap masukan dan tindakan tindakan dari pemegang jabatan. 4) Harus dapat diterima oleh individu yang mengetahui kinerjanya sedang dinilai.

Kriteria kinerja adalah dimensi- dimensi pengevaluasian kinerja seseorang pemegang jabatan, suatu tim, dan suatu unit kerja. Secara bersama-sama dimensi itu merupakan harapan kinerja yang berusaha dipenuhi individu dan tim guna mencapai strategi organisasi. Menurut Schuler dan Jackson 2004 (dalam Riniwati 2011) bahwa ada 3 jenis dasar kriteria kinerja yaitu: 1) Kriteria berdasarkan sifat memusatkan diri pada karakteristik pribadi seseorang karyawan. Loyalitas, keandalan, kemampuan berkomunikasi, dan keterampilan memimpin merupakan sifat-sifat yang sering dinilai selama proses penilaian. Jenis kriteria ini memusatkan diri pada bagaimana seseorang, bukan apa yang dicapai atau tidak dicapai seseorang dalam pekerjaannya. 2) Kriteria berdasarkan perilaku terfokus pada bagaimana pekerjaan dilaksanakan. Kriteria semacam ini penting sekali bagi pekerjaan yang membutuhkan hubungan antar personal. Sebagai contoh apakah SDM-nya ramah atau menyenangkan. 3) Kriteria berdasarkan hasil, kriteria ini semakin populer dengan makin ditekannya produktivitas dan daya saing internasional. Kriteria ini berfokus pada apa yang telah dicapai atau dihasilkan ketimbang bagaimana sesuatu dicapai atau dihasilkan.

Menurut Moeheriono (dalam Abdullah, 2014:151), terdapat enam indikator kinerja namun masing-masing organisasi dapat saja mengembangkannya sesuai organisasi tersebut. Keenam kategori tersebut antara lain: 1) Kualitas: Tingkat dimana hasil aktifitas yang dilakukan mendekati sempurna dalam arti menyesuaikan beberapa cara ideal dari penampilan aktivitas ataupun memenuhi tujuan yang diharapkan dari suatu aktivitas. 2) Kuantitas: Jumlah yang dihasilkan dalam istilah jumlah unit, jumlah siklus aktifitas yang diselesaikan. 3) Ketepatan Waktu: Tingkat suatu aktifitas diselesaikan pada waktu awal yang diinginkan, dilihat dari sudut koordinasi dengan hasil output serta memaksimalkan waktu yang tersedia untuk aktifitas lain. 4) Efektifitas: Tingkat penggunaan sumber daya manusia, organisasi dimaksimalkan dengan maksud menaikkan keuntungan atau mengurangi kerugian dari setiap unit dalam penggunaan sumber daya. 5) Kemandirian: Tingkat dimana seorang pegawai dapat melakukan fungsi kerjanya tanpa minta bantuan bimbingan dari pengawas atau meminta turut campurnya pengawas untuk menghindari hasil yang merugikan. 6) Komitmen Organisasi:

Tingkat dimana pegawai mempunyai komitmen kerja dengan organisasi dan tanggung jawab pegawai terhadap organisasi.

Pengaruh Komunikasi Internal Terhadap Kinerja Karyawan Suatu perusahaan dituntut untuk memaksimalkan kinerjanya dalam bekerjasama dengan orang lain untuk berbagai keperluan seperti keperluan bisnis, profesi, sosial dan berbagai macam keperluan lainnya. Mereka bekerjasama menentukan tujuan yang ingin dicapai menyusun rencana kerja, mengelola dan menjalankan operasi bisnis organisasinya. Untuk mewujudkan itu semua, maka diperlukan suatu kebersamaan dari anggotanya, yaitu pihak internal di dalam perusahaan, apabila pihak-pihak internal didalam perusahaan itu memiliki kerjasama yang baik, kompak, dan mengutamakan kepentingan perusahaan, maka hal ini menciptakan suatu iklim kerja yang kondusif dalam perusahaan dan sudah tentu kinerja perusahaan tersebut akan menjadi lebih baik pula.

Komunikasi memiliki peran yang luar biasa dalam mendukung perkembangan sebuah organisasi. Komunikasi organisasi sendiri terdiri dari komunikasi internal dan eksternal. Komunikasi internal masih dibagi lagi menjadi dua, yaitu formal dan informal. Pada penelitian ini akan dibahas tentang komunikasi internal yang bersifat formal yang terdiri dari komunikasi vertikal dan horizontal. Komunikasi vertikal terdiri dari komunikasi kebawah dan komunikasi ke atas. Dalam rancangan kerangka berpikir, juga dijelaskan tentang keefektifan kerja yang menjadi sumber rumusan permasalahan.

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Maka dari uraian masalah yang ada, dapat dimunculkan suatu hipotesis penelitian sebagai berikut :

- (1) H₀ : Tidak ada hubungan yang positif antara komunikasi internal organisasi dengan kinerja karyawan PT Rudi Soetadi.
- (2) H₁ : Adanya Hubungan yang positif antara komunikasi internal organisasi dengan kinerja karyawan PT Rudi Soetadi.

Berdasarkan uraian singkat di atas maka penulis mengangkat judul dengan mempertimbangkan masalah dan realita yang ada “Pengaruh komunikasi internal dan komitmen organisasi terhadap loyalitas kinerja karyawan (studi pada bidang manufaktur PT Rudy Soetadi)”

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dengan melakukan survey kepada para responden di PT Rudi Soetadi. Data tersebut didukung oleh hasil dokumentasi dari berbagai jurnal, maupun artikel yang diambil dari internet. Data dikumpulkan menggunakan angket dan *google form* yang kemudian diolah menggunakan SPSS 20. Data dikumpulkan kemudian diuji menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, analisis deskriptif, dan analisis regresi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil olahan data karakteristik responden berdasarkan usia menunjukkan bahwa dari 257 responden, mayoritas responden berusia >40 tahun yaitu sebanyak 93 orang dengan persentase 36,2%. Selain itu, untuk responden yang berusia 21-30 tahun sebanyak 88 orang dengan persentase 34,2%. Berdasarkan hasil olahan data karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin menunjukkan bahwa dari 257 responden, mayoritas responden berjenis kelamin Laki-laki yaitu sebanyak 154 orang dengan persentase 59,9% dan untuk berjenis kelamin Perempuan sebanyak 103 orang dengan persentase 40,1%. Berdasarkan hasil olahan data karakteristik responden berdasarkan Pendidikan menunjukkan bahwa dari 257 responden, mayoritas responden berpendidikan SMA yaitu sebanyak 146 orang dengan persentase 56,8%, selanjutnya untuk Diploma/akademik sebanyak 64 orang dengan persentase 24,9%, dan yang terakhir untuk S1 sebanyak 47 orang dengan persentase 18,3%. Berdasarkan hasil olahan data karakteristik responden berdasarkan lama kerja karyawan manufaktur PT Rudy Soetadi menunjukkan bahwa dari 257 responden, mayoritas rata-rata <10 tahun sebanyak 181 orang dengan persentase sebesar 70,4%, selanjutnya untuk 11-20 tahun sebanyak 53 orang dengan persentase 20,6%, kemudian untuk 21-30 tahun sebanyak 23 dan yang terakhir untuk persentase 8,9%.

Uji Validasi

Dapat disimpulkan bahwa, hasil uji validitas dari 9 butir pernyataan pada variabel X1 (Komunikasi Internal) dinyatakan 9 butir pertanyaan valid, karena nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ 0,361. Dapat disimpulkan bahwa, hasil uji validitas dari 11 butir pertanyaan pada variabel X2 (Komitmen Organisasi) dinyatakan semua pertanyaan valid, karena nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ 0,361. Dapat disimpulkan bahwa, hasil uji validitas dari 11 butir pertanyaan pada variabel Y (Loyalitas Kinerja Karyawan) dinyatakan semua pertanyaan valid, karena nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ 0,361.

Uji Reliabilitas

Pada item pernyataan X1 (pengaruh komunikasi internal organisasi). Maka dapat dilihat suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha $0,652 > 0,60$. Hal tersebut menunjukkan bahwa, data tersebut dinyatakan **reliabel**. Pada item pernyataan X2 (komitmen organisasi). Maka dapat dilihat suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha $0,635 > 0,60$. Hal tersebut menunjukkan bahwa, data tersebut dinyatakan **reliabel**. Pada item pernyataan Y (loyalitas kinerja karyawan). Maka dapat dilihat suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha $0,882 > 0,60$. Hal tersebut menunjukkan bahwa, data tersebut dinyatakan **reliabel**.

Analisis Deskriptif Variabel X1 (Pengaruh Komunikasi Internal Organisasi)

Variabel X1 yang digunakan dalam penelitian ini adalah Pengaruh Komunikasi Internal yang terdiri dari 3 indikator, yaitu terdapat Downward Communication, Upward Communication, dan Horizontal

Communication. Dari 3 indikator tersebut dikembangkan menjadi 9 pertanyaan antaranya indikator Downward Communication terdiri dari 3 pertanyaan, Upward Communication terdiri dari 4 pertanyaan, dan Horizontal Communication terdiri dari 2 pertanyaan.

Tabel 4.20 Total Keseluruhan Variabel X₁ (Komunikasi Internal)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 9	1	.4	.4	.4
15	1	.4	.4	.8
17	1	.4	.4	1.2
18	4	1.6	1.6	2.7
20	5	1.9	1.9	4.7
21	6	2.3	2.3	7.0
22	9	3.5	3.5	10.5
23	17	6.6	6.6	17.1
24	18	7.0	7.0	24.1
25	22	8.6	8.6	32.7
26	26	10.1	10.1	42.8
27	37	14.4	14.4	57.2
28	24	9.3	9.3	66.5
29	15	5.8	5.8	72.4
30	21	8.2	8.2	80.5
31	11	4.3	4.3	84.8
32	14	5.4	5.4	90.3
33	9	3.5	3.5	93.8
34	3	1.2	1.2	94.9
35	2	.8	.8	95.7
36	11	4.3	4.3	100.0
Total	257	100.0	100.0	

Tabel 4.32 Total Keseluruhan Variabel X₂ (Komitmen Organisasi)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 17	6	2.3	2.3	2.3
19	7	2.7	2.7	5.1
20	2	.8	.8	5.8
22	8	3.1	3.1	8.9
23	2	.8	.8	9.7
24	7	2.7	2.7	12.5
25	12	4.7	4.7	17.1
26	13	5.1	5.1	22.2
27	11	4.3	4.3	26.5
28	10	3.9	3.9	30.4
29	16	6.2	6.2	36.6
30	19	7.4	7.4	44.0
31	14	5.4	5.4	49.4
32	27	10.5	10.5	59.9
33	28	10.9	10.9	70.8
34	9	3.5	3.5	74.3
35	14	5.4	5.4	79.8

36	14	5.4	5.4	85.2
37	11	4.3	4.3	89.5
38	10	3.9	3.9	93.4
39	3	1.2	1.2	94.6
41	9	3.5	3.5	98.1
42	3	1.2	1.2	99.2
44	2	.8	.8	100.0
Total	257	100.0	100.0	

Tabel 4.44 Total Keseluruhan Variabel Y (Loyalitas Kinerja Karyawan)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	16	1	.4	.4	.4
	17	4	1.6	1.6	1.9
	18	2	.8	.8	2.7
	19	5	1.9	1.9	4.7
	20	2	.8	.8	5.4
	21	1	.4	.4	5.8
	22	6	2.3	2.3	8.2
	23	3	1.2	1.2	9.3
	24	4	1.6	1.6	10.9
	25	5	1.9	1.9	12.8
	26	5	1.9	1.9	14.8
	27	7	2.7	2.7	17.5
	28	7	2.7	2.7	20.2
	29	5	1.9	1.9	22.2
	30	13	5.1	5.1	27.2
	31	25	9.7	9.7	37.0
	32	22	8.6	8.6	45.5
	33	31	12.1	12.1	57.6
	34	14	5.4	5.4	63.0
	35	19	7.4	7.4	70.4
	36	10	3.9	3.9	74.3
	37	9	3.5	3.5	77.8
	38	15	5.8	5.8	83.7
	39	7	2.7	2.7	86.4
	40	5	1.9	1.9	88.3
	41	6	2.3	2.3	90.7
	42	8	3.1	3.1	93.8
	43	6	2.3	2.3	96.1
	44	10	3.9	3.9	100.0
	Total	257	100.0	100.0	

Uji Normalitas

Grafik P-Plot dapat diketahui bahwa data plot menyebar disekitar garis dan mengikuti garis diagonal pada grafik P-Plot. variabel X_1 dan X_2 terhadap variabel Y dan dengan metode grafik P-Plot **berdistribusi normal**.

Uji Multikolinearitas

Hasil perhitungan nilai Tolerance setiap variabel independen bernilai sebesar 0,957 dan hasil Variance Inflation Factor (VIF) juga bernilai 1,045 Sehingga dapat disimpulkan dari hasil perhitungan nilai Tolerance

0,957 > 0,10 dan nilai VIF sebesar 1,045 < 0,10 yang artinya pengaruh Komunikasi Internal dan komitmen organisasi terhadap Loyalitas Kinerja Karyawan tidak terjadi multikolonieritas terhadap data yang diuji.

Uji Heteroskedastisitas

Metode korelasi Rank Spearman. Nilai variabel independent (X1) Komunikasi Internal sebesar 0,208 > 0,05 dan variabel (X2) Komitmen organisasi sebesar 0,967 > 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa dari hasil uji heteroskedastisitas dengan metode rank spearman tidak terjadi heteroskedastisitas

Metode Grafik Heteroskedastisitas. Dapat disimpulkan bahwa tidak ada pola yang terbentuk jelas serta titik-titik yang menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y yang artinya, data pada penelitian ini tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. Maka dapat disimpulkan melalui uji heteroskedastisitas dengan metode rank spearman dan metode grafik scatterplot tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Hipotesis

Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 4.47 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	7.875	1.757		4.483	.000
	Total_X1	-.129	.055	-.086	-2.340	.020
	Total_X2	.919	.041	.832	22.600	.000

maka dapat disimpulkan:

$$Y = 0,129 + 0,919 + 7,275 + e$$

Maka nilai Konstanta (a) sebesar 7,275 yang artinya jika variabel X = 0, maka pemenuhan kebutuhan informasi bernilai 7,275 selain itu nilai konstanta tersebut juga menyatakan bahwa loyalitas kinerja karyawan bernilai positif. Di mana loyalitas kinerja karyawan (Y) yang dipengaruhi oleh komunikasi internal (X₁) dan komitmen organisasi (X₂) menunjukkan hasil sebesar 7,275

Nilai Koefisien regresi Komunikasi Internal (X₁) sebesar 0,129 yang menyatakan bahwa setiap peningkatan 1 satuan pada variabel independen ini akan meningkatkan pengaruh terhadap loyalitas kinerja karyawan sebesar 0,129.

Nilai koefisien regresi komitmen organisasi (X₂) sebesar 0,919 yang artinya menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1 satuan pada variabel ini akan meningkatkan pengaruh terhadap loyalitas kinerja karyawan sebesar 0,919

Uji T

Tabel 4.48. Hasil Uji t

Coefficients ^a				
Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.

Pengaruh Komunikasi Internal dan Komitmen Organisasi terhadap Loyalitas Kinerja Karyawan
(Studi pada Bidang Manufaktur PT Rudy Soetadi)

		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.875	1.757		4.483	.000
	Total_X1	-.129	.055	-.086	-2.340	.020
	Total_X2	.919	.041	.832	22.600	.000

Maka ada pun hipotesis pada penelitian ini sebagai berikut:

- H02 : Tidak ada pengaruh Komunikasi Internal dan Komitmen Organisasi Terhadap Loyalitas Kinerja Karyawan (Studi Pada Bidang Manufaktur PT Rudy Soetadi)
- H2 : Terdapat pengaruh Komunikasi Internal dan Komitmen Organisasi Terhadap Loyalitas Kinerja Karyawan (Studi Pada Bidang Manufaktur PT Rudy Soetadi)
- H3 : Terdapat pengaruh Komunikasi internal Terhadap Loyalitas Kinerja Karyawan (Studi Pada Bidang Manufaktur PT Rudy Soetadi)

Hasil t hitung yang dilakukan dengan program SPSS versi 25 memperoleh hasil: 1) Pada variabel Komunikasi internal (X_1) terhadap variabel Loyalitas Kinerja Karyawan (Y). diketahui bahwa nilai t hitung untuk pengaruh komunikasi internal (X_1) sebesar $2,340 > 1,984$ dan nilai Sig. $0,011 < 0,05$. Maka H02 ditolak dan H2 diterima, yang artinya terdapat pengaruh signifikansi variabel Komunikasi Internal (X_1) terhadap Loyalitas Kinerja Karyawan (Y); 2) Pada variabel Komitmen Organisasi (X_2) terhadap variabel Loyalitas Kinerja Karyawan (Y). Berdasarkan tabel 4.46 diketahui bahwa nilai t hitung untuk pengaruh komitmen organisasi (X_2) sebesar $22.600 > 1,984$ dan Sig. $0,000 < 0,05$. Maka H02 ditolak dan H3 diterima, yang artinya terdapat pengaruh signifikansi variabel Komitmen Organisasi (X_2) terhadap Loyalitas Kinerja Karyawan (Y).

Uji F

Tabel 4.49. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	6638.429	2	3319.215	258.276	.000 ^b
	Residual	3264.263	254	12.851		
	Total	9902.693	256			

a. Dependent Variable: Total_Y
b. Predictors: (Constant), Total_X2, Total_X1

Maka ada pun hipotesis pada penelitian ini sebagai berikut:

- H03 : Tidak ada pengaruh Komunikasi Internal dan Komitmen Organisasi Terhadap Loyalitas Kinerja Karyawan (Studi Pada Bidang Manufaktur PT Rudy Soetadi)
- Ha3 : Ada pengaruh Komunikasi Internal dan Loyalitas Kinerja Karyawan pada (Studi Pada Bidang Manufaktur PT Rudy Soetadi)

Berdasarkan tabel 4.40 hasil Uji F yang dilakukan dengan program SPSS versi 25 memperoleh hasil hipotesis yaitu diketahui nilai F hitung pada variabel Komunikasi Internal (X_1) dan Komitmen Organisasi (X_2) terhadap Loyalitas Kinerja Karyawan sebesar 258.276. Maka, $258,276 > 3,04$ dan nilai Sig. $0,000 < 0,05$ dari hasil

tersebut menunjukkan bahwa H1 diterima yang artinya variabel Komunikasi Internal (X_1) dan Komitmen Organisasi (X_2) secara simultan terdapat pengaruh terhadap Loyalitas Kinerja Karyawan (Y).

Korelasi dan Koefisien Determinasi (R^2)

untuk melihat sebesar besar pengaruh antara Komunikasi Internal terhadap Loyalitas Kinerja Karyawan yaitu terdapat pada nilai R , maka dapat dijelaskan bahwa: 1) Nilai R adalah 0,819, yang artinya hubungan antara Komunikasi Internal terhadap Loyalitas Kinerja Karyawan memperoleh angka sebesar 0,819 (81,9%). Hal ini berarti menunjukkan bahwa hubungan antara variabel X_1 terhadap variabel Y berkorelasi **Sangat Kuat**. 2) Nilai R^2 adalah 0,670 (67,0%), yang artinya angka tersebut menunjukkan bahwa Komunikasi Internal memperoleh angka sebesar 0,670 (67,07%) terhadap Loyalitas Kinerja Karyawan, sedangkan sisanya sebesar 81,9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya.

untuk melihat sebesar besar pengaruh antara komitmen organisasi terhadap loyalitas kinerja karyawan yaitu terdapat pada nilai R , maka dapat dijelaskan bahwa: 1) Nilai R adalah 0,772, yang artinya hubungan antara komitmen organisasi terhadap loyalitas kinerja karyawan memperoleh angka sebesar 0,722 (72,2%). Hal ini berarti menunjukkan bahwa hubungan antara variabel X_2 terhadap variabel Y berkorelasi **Kuat**; 2) Nilai R^2 adalah 0,596 (59,6%), yang artinya angka tersebut menunjukkan bahwa komitmen organisasi memperoleh angka sebesar 0,596 (59,6%) terhadap loyalitas kinerja karyawan sedangkan sisanya sebesar 40,4% dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya.

untuk melihat sebesar besar pengaruh antara komitmen organisasi terhadap loyalitas kinerja karyawan yaitu terdapat pada nilai R , maka dapat dijelaskan bahwa: 1) Nilai R adalah 0,776, yang artinya hubungan antara komunikasi internal dan komitmen organisasi terhadap loyalitas kinerja karyawan memperoleh angka sebesar 0,776 (77,6%). Hal ini berarti menunjukkan bahwa hubungan antara variabel X_1 dan X_2 terhadap variabel Y berkorelasi **Kuat**; 2) Nilai R^2 adalah 0,602 (60,2%), yang artinya angka tersebut menunjukkan bahwa komunikasi internal dan komitmen organisasi memperoleh angka sebesar 0,602 (60,2%) terhadap loyalitas kinerja karyawan.

SIMPULAN

1. Pelaksanaan komunikasi internal pada PT Rudi Soetadi sudah dilaksanakan dengan baik. Hal tersebut dapat dilihat nilai rata-rata keseluruhan tentang pelaksanaan komunikasi internal dalam PT Rudi Soetadi seperti komunikasi dari atas ke bawah, nilai dari komunikasi bawah ke atas dan nilai komunikasi horizontal termasuk dalam kategori baik. Namun demikian dalam hal terjalannya suatu hubungan sosial yang baik antara bawahan dengan pimpinan perusahaan dinilai kurang, karena memiliki nilai rata-rata terendah.
2. Kinerja karyawan PT Rudi Soetadi dinilai sudah baik. Namun demikian dalam hal bertanggung jawab terhadap pekerjaan yang menjadi tugasnya, mampu menggerakkan bawahan untuk bekerja secara

efektif, dan mengemukakan pendapat atau inisiatif apabila ada permasalahan dalam perusahaan dinilai kurang, karena memiliki nilai rata-rata terendah.

3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi internal telah baik namun belum sepenuhnya maksimal. Hal tersebut terlihat pada tanggapan responden pada beberapa indikator pertanyaan yang masih memilih menjawab kurang. Dari kesimpulan yang dapat diambil dari indikator komunikasi internal organisasi dan berdasarkan wawancara pada sebagian responden yang menjawab dengan nilai skor rendah, menyatakan bahwa hal tersebut dikarenakan pribadi dari masing-masing karyawan, merasa kurang mampu untuk bekerjasama dengan baik pada rekan kerjanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aguerrebere, P. M. (2015). Management of the Internal Communication in Hospitals: Conceptual Framework and Implementation Model. *Journal International University of Catalonia Spain*, 54-65.
- Argenti, P. A. (2010). *Komunikasi Korporat*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Cahyono, B., & Suharto. (2005). Pengaruh Budaya Organisasi, Kepemimpinan dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Sumber Daya Manusia di Sekretariat DPRD Propinsi Jawa Tengah. *JRBI Yogyakarta Vol. 1*.
- Didier, N. (2011). Pengaruh Komunikasi Internal Terhadap Kepuasan Kerja dalam Sebuah Organisasi: Studi Kasus PT. XYZ. *Jurnal Humaniora Vol. 2 No. 1*.
- Effendy, O. U. (2001). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Effendy, O. U. (2006). *Ilmu Komunikasi; Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Hikayat, B. (2010). Pengaruh Komunikasi Internal Terhadap Prestasi Kerja Karyawan pada PT Millenium Penata Futures Bandung. Bandung: Universitas Widyatama.
- Pace R., W., & F., F. D. (2010). *Komunikasi Organisasi: Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Pace R., W., & Faules, D. F. (2006). *Komunikasi Organisasi: Strategi meningkatkan kinerja perusahaan* (Editor Deddy Mulyana, MA., Ph.D.). Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Riniwati, H. (2011). *Mendongkrak Motivasi dan Kinerja: Pendekatan Pemberdayaan SDM*. Malang: UB Press.
- Sudjana, & Ibrahim. (2007). *Penelitian dan Penilaian Pendidikan*. Bandung: Sinar Baru Algesindo.
- Sugiyono. (2006). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sukmadinata, N. S. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Bandung*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya