

Pengaruh Komunikasi Kepemimpinan Terhadap Loyalitas Karyawan pada PT Global Technology Resources (HargaDunia.Com)

Fatimah¹⁾, Nani Kurniasari²⁾

Ilmu Komunikasi, Fakultas Industri Kreatif, Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis
Jalan Pulomas Selatan Kav. 22, Jakarta 13210

¹⁾ Email : imma.fatimah17@gmail.com

²⁾ Email : nani.kurniasari@kalbis.ac.id

Abstract: Leadership communication is the most important factor in persuading people to maintain their organization loyalty. This study aims to determine the relationship between leadership communication and employee loyalty at PT Global Technology Resources (HargaDunia.Com). This study use the positivist paradigm, a quantitative methodology, and the survey method to collect data from 50 respondents via questionnaires completed by all employees using techniques of saturated sampling. This study applies the S-R theory, with leadership communication as the stimulus and employee loyalty as the reaction. This study's hypothesis was evaluated using validity, reliability, descriptive analysis, correlation coefficient, simple linear regression, and T tests. The correlation coefficient test or the degree of link strength "r" returned a value of 0.598, demonstrating that leadership communication (X) and employee loyalty are related (Y). Since $0.00 > 0.05$, H1 is accepted and H0 is denied, showing that variable (X) has a significant effect on variable (Y) (Y).

Keywords: leadership, leadership communication, employee loyalty, S-R theory

Abstrak: Komunikasi kepemimpinan adalah faktor yang paling penting dalam membujuk orang untuk mempertahankan loyalitas organisasi mereka. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara komunikasi kepemimpinan dengan loyalitas karyawan pada PT Global Technology Resources (HargaDunia.Com). Penelitian ini menggunakan paradigma positivis, metodologi kuantitatif, dan metode survei untuk mengumpulkan data dari 50 responden melalui kuesioner yang diisi oleh seluruh karyawan dengan menggunakan teknik sampling jenuh. Penelitian ini menerapkan teori S-R, dengan komunikasi kepemimpinan sebagai stimulus dan loyalitas karyawan sebagai reaksinya. Hipotesis penelitian ini dievaluasi menggunakan validitas, reliabilitas, analisis deskriptif, koefisien korelasi, regresi linier sederhana, dan uji T. Uji koefisien korelasi atau derajat kekuatan tautan "r" menghasilkan nilai 0,598, menunjukkan bahwa komunikasi kepemimpinan (X) dan loyalitas karyawan berhubungan (Y). Karena $0,00 > 0,05$ maka H1 diterima dan H0 ditolak, hal ini menunjukkan bahwa variabel (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel (Y) (Y).

Kata kunci: kepemimpinan, komunikasi kepemimpinan, loyalitas karyawan, teori S-R

I. PENDAHULUAN

Tidak diragukan lagi pentingnya komunikasi baik bagi individu maupun perusahaan. Tanpa komunikasi, karyawan tidak mendapat informasi tentang apa yang dilakukan rekan satu tim mereka, dan para pemimpin tidak dapat menerima umpan balik atau

mengeluarkan arahan. Komunikasi adalah komponen vital dari setiap organisasi. Komunikasi dapat membantu memperjelas tujuan strategis perusahaan. Oleh karena itu, visi, misi, dan nilai-nilai yang diinginkan perusahaan harus berhasil

dikomunikasikan sehingga komunikasi tersebut dapat mempengaruhi perilaku dan membantu perusahaan dalam mengidentifikasi setiap konflik. Agar perusahaan dapat secara efektif mengatasi bahaya di masa depan, keterampilan kepemimpinan dan komunikasi yang luar biasa akan diperlukan.

Seorang pemimpin harus memiliki teknik komunikasi sendiri untuk mencapai tujuan perusahaan. Komunikasi kepemimpinan disesuaikan dengan setting dan keadaan sehingga dapat digunakan untuk memotivasi karyawan, sehingga meningkatkan kinerja dan produktivitas karyawan. Selain itu, para pemimpin dapat bekerja sama untuk menciptakan lingkungan kerja yang sehat dan berkomunikasi secara efektif saat menyampaikan informasi atau mendelegasikan tanggung jawab. Karena akan sulit bagi personel untuk menghasilkan hasil yang memuaskan tanpa metode ini.

Untuk meningkatkan semangat kerja, sangat penting untuk menginspirasi dan mendorong diri sendiri, yang didukung oleh komunikasi yang efisien antara pemimpin dan karyawan, yang merupakan bagian paling mendasar untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Di antara inisiatif seorang pemimpin adalah peningkatan komunikasi internal.

PT Global Technology Resources (hargaDunia.Com) didirikan pada tahun 2003 oleh Antonius Surjanto, mantan kepala arsitek perangkat lunak, dan telah memberikan solusi pemasaran untuk bagian digital dari International Shopping Online Marketplace, yang terdiri dari toko online luar negeri Amerika (AS) yang menawarkan jutaan produk dari Amazon, Ebay, Target, Jomashop, Puritan, Toysr US, Shopbop, Walmart, Lego, Penjual Perorangan, dan lain-lain. PT Global Technology

Resources (hargaDunia.com) didedikasikan untuk menghubungkan konsumen Indonesia dengan merchant internasional dengan memberikan tarif terendah dan terlengkap, serta jaminan pengiriman dan uang kembali.

PT Global Technology Resources (HargaDunia.Com) adalah sebuah perusahaan swasta yang terletak di Kelapa Gading Jakarta Utara. Perusahaan ini telah berdiri sudah cukup lama, dimana perusahaan ini mempunyai cabang bukan hanya di Jakarta tetapi juga ada di Bogor Jawa Barat. Saat ini PT Global Technology Resources (HargaDunia.Com) sedang berusaha menjadi solusi pemasaran bagian digital *International Shopping Online Marketplace* pilihan di masyarakat khususnya bagi para generasi milenial.



Gambar 1.1 Halaman Tampilan HargaDunia.Com Tahun 2019
Sumber: <https://hargadunia.com/>

Berbeda dengan pedagang online lainnya, seperti Lazada, Groupon, Blibli, Zalora, Bhineka, dan Elevenia, tentang siapa Anda mungkin telah mendengar banyak dan dari siapa Anda mungkin telah mempertimbangkan untuk membeli barang yang diinginkan, Elevenia tidak menawarkan produk. HargaDunia.com dirancang secara tegas sebagai platform untuk barang-barang toko online di luar negeri, dengan tujuan agar konsumen dapat membeli dengan mudah dan langsung dengan pedagang di luar negeri, tanpa perlu kehilangan

barang, biaya bea cukai, atau biaya tak terduga lainnya.

Perusahaan ini juga mengenakan nilai tukar yang sangat murah yaitu 1 USD/dolar, memungkinkan pelanggan PT Global Technology Resources melakukan pembelian di luar negeri dengan biaya minimal (HargaDunia.Com). Selain murah, produk-produk yang dijual di HargaDunia.com sering kali menyertakan diskon menggiurkan, seperti gratis ongkos kirim dan bonus lainnya (beli satu dapat satu). Festival atau hari libur. Penawaran menarik yang diberikan kepada konsumen tentunya sangat menguntungkan bagi mereka dikarenakan bukan hanya potongan dari biaya produk tetapi juga potongan biaya pengirimannya, dan hadiah lainnya, ini tentunya sangat berbeda jauh dari toko *online* lainnya dikarenakan produk yang diberikan langsung berasal dari luar negeri. Hal ini dapat terlihat jelas dari perbandingan harga yang ditawarkan oleh beberapa toko *online* lainnya jika dibandingkan dengan produk dari HargaDunia.Com.

Perusahaan ini sebenarnya cukup bagus jika bersaing dengan perusahaan lain di industri yang sama, tetapi sangat kecil kemungkinannya karena belum menjalin hubungan yang baik dengan para pesaingnya. Seperti halnya proses komunikasi yang jarang dilakukan oleh pimpinan kepada bawahan atau karyawan di perusahaan. Akibat dari kurangnya komunikasi kepemimpinan yang dilakukan, membuat dampak negatif untuk perusahaan khususnya HargaDunia.Com. Selain itu, dampaknya juga berpengaruh kepada karyawan di HargaDunia.Com yang mengakibatkan keberadaan mereka merasa tidak ada artinya bagi perusahaan. Hal ini membuat sebagian besar karyawan yang berada di perusahaan memilih untuk tidak

bertahan atau setia pada perusahaan tersebut.

Pada kenyataannya, keberhasilan bisnis sangat bergantung pada kepemimpinan dan dedikasi personelnnya. Menurut Drath dan Palus dalam Gary Yuki (2015: 3), kepemimpinan adalah proses memahami apa yang dilakukan individu secara kolektif sehingga mereka memahami dan mau mengikuti arahan pemimpin. Kemampuan perusahaan untuk beroperasi secara efisien dan mencapai tujuannya bergantung pada sikap dan tindakan para pemimpinnya terhadap karyawan dan anggotanya. Kepemimpinan sangat penting untuk keberhasilan dan ekspansi organisasi. Loyalitas karyawan akan meningkat sebagai hasil dari kepemimpinan yang sukses.

Pentingnya loyalitas karyawan untuk keberhasilan sebuah perusahaan berasal dari fakta bahwa hal itu menunjukkan dedikasi kepada organisasi terlepas dari profitabilitasnya. Kesetiaan adalah kualitas kesetiaan atau ketaatan seseorang kepada orang atau benda lain (seperti organisasi), yang dibuktikan dengan sikap dan perilakunya. Loyalitas karyawan memmanifestasikan dirinya melalui peningkatan kinerja dan kesediaan untuk secara konsisten memberikan upaya terbaik mereka kepada perusahaan. Sebaliknya, ketika karyawan kurang pengabdian kepada perusahaan, kinerja mereka di bawah standar.

Motivasi staf yang tinggi akan berdampak baik pada produktivitas dan efisiensi kerja, untuk keuntungan organisasi. Perusahaan yang mengutamakan *employee engagement* dapat meningkatkan produktivitas karyawan. Sebagai aset perusahaan, karyawan yang sangat loyal akan menguntungkan. Hal ini dapat dicapai

jika pemimpin dapat berkomunikasi dengan cara yang menginspirasi karyawannya untuk loyal kepada perusahaan.

Rumusan masalah penelitian ini berdasarkan konteks sebelumnya adalah: Apakah komunikasi kepemimpinan berpengaruh terhadap loyalitas karyawan pada PT Global Technology Resources (hargaDunia.com)? Penelitian ini bertujuan untuk menilai hubungan antara komunikasi kepemimpinan dengan loyalitas karyawan pada PT Global Technology Resources (hargaDunia.Com).

II. METODE PENELITIAN

Kajian ini memuat paradigma positivis sebagai paradigmanya. Positivisme adalah filosofi yang menetapkan bahwa setiap metodologi yang digunakan untuk menilai validitas realitas objek yang sebenarnya harus didukung oleh semacam asumsi metafisik subjektif (Anwar dan Adam, 2009: 46). Prinsip fundamental dari paradigma ini adalah ontologi realisme, yang menegaskan bahwa realitas ada dalam realitas dan beroperasi sesuai dengan hukum alam, dengan tujuan mengungkapkan dunia yang sebenarnya (Anwar dan Adang, 2009: 46-47).

Penelitian ini menggunakan metodologi kuantitatif. Merupakan metode ilmiah/ilmiah karena menggunakan konsep-konsep ilmiah yaitu pendekatan empiris, rasional, dan sistematis. Metode ini disebut juga metode penemuan karena memungkinkan berkembangnya beberapa kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi baru. Metode ini disebut kuantitatif karena data penelitian berbentuk numerik dan analisisnya menggunakan metode statistik (Sugiyono, 2009:12). Pendekatan penelitian dapat didefinisikan sebagai

metode penelitian yang didasarkan pada filosofi positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, di mana teknik pengambilan sampel biasanya acak, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, dan analisis data bersifat kuantitatif/statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2010). 2010:13).

Penelitian ini menggunakan pendekatan *explanatory research*. Definisi konsep, kerangka konseptual, dan kerangka teoritis diperlukan untuk penelitian eksplanatori semacam ini, yang berusaha menentukan hubungan antara dua atau lebih variabel yang diteliti. Dalam bentuk *explanatory research* ini diperlukan teori untuk menghasilkan hipotesis pertama mengenai hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya (Kriyantono, 2014: 69).

Penelitian ini menggunakan metodologi survei. Survei adalah pendekatan penelitian yang menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan data. Tujuannya adalah untuk menentukan jumlah responden yang dianggap mewakili demografi tertentu. Secara umum, ada dua macam metode survei: deskriptif dan eksplanatori (analitik). Klasifikasi ini didasarkan pada kedalaman atau cara peneliti mengevaluasi data yang diperoleh dan jumlah faktor yang diteliti (Kriyantono, 2014: 59). Peneliti memilih pendekatan survei eksplanatori (analitis) dari dua alternatif yang tersedia.

Menurut Kriyantono (2014, hlm. 60), jenis survei ini digunakan ketika peneliti bertujuan untuk mengidentifikasi mengapa atau apa yang mempengaruhi keadaan tertentu. Alih-alih mengidentifikasi keberadaan suatu fenomena, para sarjana telah berusaha untuk memahami sebab dan akibatnya. Dengan kata lain, peneliti bermaksud untuk memperjelas hubungan antara dua

faktor atau lebih. Peneliti ini mengajukan hipotesis untuk menjelaskan hubungan antara variabel yang diteliti.

Penelitian ini dilakukan di PT Global Technology Resources (HargaDunia.Com).

Tabel 1 Periode Penelitian

No	Jenis Kegiatan	2019-2020											
		Mei	Jun	Jul	Sep	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar		
1	Penyusunan Proposal												
2	Pengumpulan Topik Penelitian												
3	Pengumpulan Data												
4	Pengolahan Data												
5	Analisis Data												
6	Hasil Akhir												
7	Sidang Skripsi												
8	Publikasi Hasil penelitian												

Sumber: Olahan Peneliti (2019)

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian, memiliki ciri-ciri tertentu, serta bersifat khas dan lengkap (Arifin, 2009: 69). Populasi penelitian ini adalah seluruh 50 karyawan PT Global Technology Resources (hargaDunia.com) tidak termasuk security dan housekeeping services.

Sampel adalah sebagian dari populasi yang telah dipilih untuk mewakili ciri-ciri populasi (Arifin, 2009: 69). Sampel untuk penelitian ini dipilih dengan menggunakan pendekatan non-probability dan saturation sampling design. Pengambilan sampel jenuh adalah jenis pengambilan sampel di mana setiap anggota populasi digunakan sebagai sampel. Sampel jenuh, dimana setiap anggota populasi dijadikan sampel, sering disebut sebagai sensus (Payadnya dan Jayantika, 2018: 26). Untuk mendapatkan sampel yang representatif dari tenaga kerja PT Global Technology Resources (hargaDunia.Com), diperlukan sampling jenuh atau sensus.

Berdasarkan ukuran populasi, peneliti mengharapkan 50 responden akan menjadi sampel penelitian, yang akan didistribusikan menggunakan

formulir Google. Semua tanggapan adalah pekerja PT Global Technology Resources (tidak termasuk layanan keamanan dan tata graha) (hargaDunia.Com).

Penelitian ini menggunakan angket/kuesioner sebagai pendekatan pengumpulan datanya. Kuesioner adalah daftar pertanyaan yang harus diisi oleh responden. Para peneliti kemudian dapat mengirim atau mengumpulkan hasilnya secara mandiri. Tujuannya adalah untuk mengumpulkan informasi rinci dari responden tentang suatu masalah (Kriyantono, 2014: 97). PT Global Technology Resources menyebarkan kuesioner dengan serangkaian pertanyaan yang menguji pengaruh komunikasi kepemimpinan terhadap loyalitas karyawan (hargaDunia.Com).

1. Data Primer

Hermawan (2014:168) berpendapat bahwa data primer adalah data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan atau melakukan penelitian melalui teknik pengumpulan data seperti observasi atau penyebaran angket. Dengan individu dari PT Global Technology Resources sebagai fokus penelitian (hargaDunia.Com).

2. Data Sekunder

Hermawan (2014:168) mengatakan bahwa data sekunder merupakan kerangka hipotetik yang menyikapi variabel-variabel yang telah dikumpulkan oleh pihak lain. Sumber internal, kuesioner, dan beberapa lokasi Internet, seperti dokumen atau laporan tertulis yang dapat diakses melalui PT Global Technology Resources, dapat menjadi sumber data sekunder (hargaDunia.Com).

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Uji Validitas

Ety Rochaety (2009: 47) mengemukakan bahwa untuk menghitung korelasi pada uji validitas menggunakan kolerasi item total dengan rumus sebagai berikut:

$$r = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

r = Korelasi

X = Skor setiap item

Y = Skor total dikurangi item tersebut

n = Jumlah sampel

Menurut Priyatno (2009: 18), kriteria penguji validitas adalah sebagai berikut:

- Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ (uji dua sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
- Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ (uji dua sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

Penulis menggunakan skala Likert sebagai alat ukur dalam penelitian ini. Sikap individu tentang objek sikap dievaluasi dengan menggunakan skala Likert. Dalam pertanyaan atau pernyataan yang harus diisi oleh responden, indikator variabel sikap terhadap suatu objek berfungsi sebagai batu loncatan. Setiap pernyataan atau pertanyaan disertai dengan tanggapan berupa pernyataan atau dukungan dengan menggunakan istilah: Sangat setuju (SS); setuju (S); tidak setuju (TS); sangat tidak setuju (STS) (2009:138). Untuk menghitung persentase total sikap untuk setiap pertanyaan, penelitian ini mempertimbangkan rentang nilai untuk setiap item pertanyaan. Skala pengukuran sikap untuk penelitian ini ditunjukkan pada tabel di bawah ini.

Pernyataan	Skor
Sangat Setuju (SS)	4
Setuju (S)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Tabel 2 Skala Pengukuran Sikap
Sumber: Olahan Peneliti (2019)

2. Uji Reliabilitas

Keandalan alat ukur berbasis kuesioner ditentukan melalui uji reliabilitas. Keandalan suatu alat ukur ditentukan dengan menggunakan metode yang sistematis, yaitu koefisien reliabilitas. Jika koefisien ketergantungan melebihi 0,60, pernyataan umum adalah benar (reliable).

Ety Rochaety (2009: 54) mengemukakan bahwa uji reliabilitas dalam penelitian ini penulis menggunakan metode *Alpha Cronbach* (a) dengan rumus sebagai berikut:

$$R = \alpha = R = \frac{N}{N - 1} \left(\frac{S^2(1 - \sum S_i^2)}{S^2} \right)$$

Keterangan:

a = Koefisien Reliabilitas *Alpha Cronbach*

S^2 = Varians skor keseluruhan

S_i^2 = Varians masing-masing item

Keputusan alat ukur dikatakan reliable dengan (Priyatno, 2009: 26):

- Apabila *Cronbach's Alpha* yang dihasilkan $> 0,60$ maka butir-butir instrumen penelitian tersebut dinyatakan reliable.
- Apabila *Cronbach's Alpha* yang dihasilkan $<$ dari 0,60 maka butir-butir instrumen tersebut dinyatakan tidak reliable.

3. Uji Korelasi

Dalam penelitian ini korelasi antar variabel $r = \frac{N\sum XY - \sum x \sum y}{\sqrt{(N\sum X^2 - (\sum X)^2)(N\sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$ untuk menentukan koefisien korelasi atau derajat kekuatan hubungan dan untuk menggambarkan hubungan antar variabel. Uji korelasi digunakan untuk menilai ada tidaknya suatu hubungan (Kriyantono, 2014: 172). Korelasi product moment (korelasi rumus Pearson) terdiri dari:

Keterangan:
 r = Koefisien korelasi *Pearson's Product Moment*
 N = Jumlah individu dalam sampel
 X = Angka mentah untuk variabel X
 Y = Angka mentah untuk variabel Y

Tabel 3 Nilai r dan Kekuatan Hubungan

Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: (Sinambela, 2014: 208)

Berdasarkan keterangan dari tabel di atas, setelah mendapatkan nilai r , kekuatan hubungan antara variabel dapat diukur melalui tabel di atas.

4. Uji Regresi Linear Sederhana

Purwanto dan Sulistyastuti (2017) menyatakan bahwa regresi linier dasar hanya membutuhkan satu variabel bebas dan satu variabel terikat. Bentuk umum dari regresi linier sederhana adalah persamaan linier sederhana yang menggambarkan hubungan antara dua variabel. Kriyantono (2014: 184-185) menunjukkan bahwa terdapat data pada dua variabel penelitian yang diketahui,

yaitu variabel X sebagai variabel bebas dan variabel Y sebagai variabel terikat, dengan nilai Y yang dapat dihitung atau diprediksi diberi nilai X. Rumus:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:
 Y = Variabel tidak bebas (subjek dalam variabel tak bebas/dependen yang diprediksi)
 X = Variabel bebas (subjek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu)
 A = Nilai intercept (konstan) atau harga Y bila $X = 0$
 B = Koefisien regresi, yaitu angka peningkatan atau penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen. Nilai $b (+)$ maka naik, bila $b (-)$ maka terjadi penurunan.
 5. Uji T

Santoso (2010: 300) mengemukakan bahwa uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh bersama-sama variabel bebas terhadap variabel terikat. Untuk mengetahui signifikan atau tidak, maka digunakan probability sebesar 5% ($\alpha = 0,05$).

a. Menentukan t_{hitung} , dengan rumus:

Dimana:
 t = t_{hitung}
 r = koefisien korelasi sederhana
 n = jumlah sampel

b. Menentukan tabel taraf signifikansi 5%
 c. Membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel}

Penguji hipotesis dilakukan dengan memperhatikan ketentuan-ketentuan sebagai berikut:
 - Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima
 - Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak
 Dalam hal ini peneliti menggunakan bantuan program SPSS versi 24 untuk menghitung uji hipotesis agar

mempermudah dan mengefesiansikan waktu.

Uji Digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya kontribusi masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dengan membandingkan nilai t-hitung dan tta-tabel. Jika Sig. > 0,05 maka H1 ditolak dan H0 diterima, dan jika Sig.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Hasil Uji Validitas variabel X dan variabel Y

Validitas masing-masing indikator dapat ditentukan dengan menggunakan hasil pengolahan data SPSS versi 24 pada pernyataan terkait komunikasi pimpinan (variabel X) dan loyalitas staf (variabel Y). Hal ini dikarenakan nilai r proyeksi lebih besar dari nilai rtabel sebesar 0,361. Oleh karena itu, dapat dinyatakan bahwa responden setuju dengan semua pernyataan mengenai variabel X dan Y.

2. Hasil Uji Reliabilitas

Berdasarkan hasil uji reliabilitas, variabel kedua memiliki nilai koefisien kendala (Cronbach's Alpha) sebesar 0,779 (Leadership Communication) dan 0,733 (Cronbach's Alpha) (Employee Loyalty).

Tabel 4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Komunikasi Kepemimpinan dan Variabel Loyalitas karyawan

No.	Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	X	0,779	Reliabel
2	Y	0,733	Reliabel

Sumber: Data Olahan SPSS Versi 24

Based on the table above, the second variable is reliable because the

constraint coefficient value is > from 0.60.

3. Hasil Uji Korelasi

Tabel di bawah ini menggambarkan hasil pengisian kuesioner oleh responden dan pengolahan data menggunakan SPSS versi 24.

Tabel 5 Hasil Uji Korelasi

		Correlations	
		Komunikasi Kepemimpinan	Loyalitas Karyawan
Komunikasi Kepemimpinan	Pearson Correlation	1	.598**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	50	50
Loyalitas Karyawan	Pearson Correlation	.598**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	50	50

Sumber: Data Olahan SPSS Versi 24

Pentingnya kesimpulan pada tabel sebelumnya adalah bahwa korelasi antara komunikasi kepemimpinan dan loyalitas karyawan adalah 0,598%. Tabel panduan interpretasi korelasi mengklasifikasikan nilai ini sebagai termasuk kategori asosiasi kecil tapi pasti, dengan hubungan 0,598%. Gunakan tabel berikut untuk menentukan kekuatan hubungan antar variabel.

Nilai r dan Kekuatan Hubungan

Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: (Sinambela, 2014: 208)

Berdasarkan uraian tabel sebelumnya tentang kekuatan asosiasi, nilai r dalam korelasi antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) adalah 0,598, menunjukkan hubungan sedang. Dengan demikian, signifikansi 0,00 menyiratkan bahwa H1 diterima dan H0 ditolak, menunjukkan bahwa ada hubungan positif dan langsung antara loyalitas karyawan dan komitmen organisasi

karena signifikansinya lebih kecil dari 0,05.

4. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Dengan menggunakan SPSS versi 24, diperoleh regresi linier sederhana antara komunikasi kepemimpinan dan loyalitas karyawan.

Tabel 6 Hasil Uji Regresi linear Sederhana

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	27.880	5.502		5.067	.000
	Komunikasi Kepemimpinan	.883	.171	.598	5.170	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Karyawan

Sumber: Data Olahan SPSS (2019)

Dari persamaan fungsi di atas dapat diinterpretasikan bahwa:

- Nilai a = 27,880 yang artinya jika X (Komunikasi Kepemimpinan) = 0 maka nilai komunikasi kepemimpinan adalah sebesar 27,880 tanpa dipengaruhi oleh variabel loyalitas karyawan.
- Nilai b = 0,883 yang artinya setiap kenaikan satu satuan X (Komunikasi Kepemimpinan) akan meningkatkan nilai Y (Loyalitas Karyawan) sebesar 0,883 atau setiap variabel komunikasi kepemimpinan bertambah satu satuan (X=1), maka variabel loyalitas karyawan meningkat menjadi 0,883.

5. Hasil Uji T

Berdasarkan perbandingan antara nilai t_{hitung} dan nilai t_{tabel}, dilakukan pengujian untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen memberikan kontribusi terhadap variabel dependen.

Tabel 7 Hasil Uji T

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	27.880	5.502		5.067	.000
	Komunikasi Kepemimpinan	.883	.171	.598	5.170	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Karyawan

Sumber: Data Olahan SPSS (2019)

t_{hitung} yang terdapat pada tabel 6.4 adalah sebesar 5,170 untuk menghitung t_{tabel}, peneliti menggunakan ketentuan sebagai berikut:

1. $\alpha = 0,05$
2. Degree of Freedom (df) = (jumlah data -2) atau 50 – 2 = 48
3. t_{tabel} = 1,677

karena t_{hitung} (5,170) lebih besar dari t_{tabel} (1,677) maka H₀ ditolak dan H₁ diterima, yang berarti terdapat pengaruh dikarenakan tingkat probabilitas yaitu Sig. lebih kecil dari 0,05 yakni 0,00 sehingga ditarik kesimpulan H₁ : Terdapat pengaruh komunikasi kepemimpinan terhadap loyalitas karyawan pada PT Global Technology Resources (Hargadunia.com).

B. Pembahasan

Pada kesempatan ini peneliti melakukan survey di PT Global Technology Resources untuk mengetahui dampak komunikasi kepemimpinan terhadap loyalitas karyawan (hargadunia.com). Penelitian ini menggunakan teori S-R untuk menjelaskan "dampak komunikasi kepemimpinan terhadap loyalitas karyawan". Dimana S-R adalah singkatan dari Stimulus-Response dalam hipotesis S-R.

Teori S-R menggambarkan komunikasi sebagai proses aksi-reaksi langsung berdasarkan asumsi bahwa kata-kata verbal (lisan-tulisan), penerapan keadaan nonverbal, visual, dan tindakan

spesifik berdampak pada respons penerima. Dari penelitian yang dilakukan, terbukti bahwa teori S-R dapat diverifikasi, yang menunjukkan bahwa teori S-R adalah proses aksi-reaksi, dimana teori ini mengasumsikan bahwa lisan, kata-kata non-verbal, pemeriksaan, foto, dan tindakan tertentu akan dilakukan. Untuk individu lain. menanggapi dengan cara tertentu. Hipotesis S-R menawarkan dorongan bagi personel PT Global Technology Resources untuk merespons (hargadunia.com).

Stimulus tersebut berupa komunikasi kepemimpinan yang dikirimkan kepada karyawan; biasanya, stimulus dapat mengubah psikologi karyawan berdasarkan sejumlah keadaan individu. Setelah menerima suatu stimulus, seorang karyawan akan sering memberikan respon atau tanggapan. Menurut hipotesis S-R, respons terhadap suatu stimulus tidak dapat diprediksi; itu bisa positif, seperti suka, bahagia, atau tersenyum, atau negatif, seperti tidak suka, murka, atau apatis.

Respons ini dapat berkisar dari karakteristik yang dapat diamati, seperti menyukai, bahagia, atau tersenyum, hingga yang tidak dapat dilihat, seperti menyimpan informasi dalam ingatan (diam). Stimulus yang ditawarkan menentukan respon yang akan dihasilkan dari seorang individu, terutama dari pekerja perusahaan.

Berdasarkan data yang dikumpulkan dari tanggapan 50 responden terhadap kuesioner, yang diolah dengan menggunakan SPSS versi 24, uji validitas pada instrumen data penelitian menunjukkan bahwa semua pernyataan valid. Karena temuan reliabilitas lebih dari 0,60, semua variabel dapat dianggap dapat dipercaya. Setelah data divalidasi, peneliti melakukan uji korelasi untuk mengetahui ada tidaknya hubungan

antara dua variabel yaitu variabel X dan variabel Y.

Hubungan antara komunikasi kepemimpinan (X) dan loyalitas karyawan (Y) adalah 0,598 persen, menurut hasil uji korelasi yang dilakukan untuk penelitian ini. Menurut tabel dalam panduan interpretasi korelasi, skor ini menunjukkan hubungan yang sederhana namun jelas. Analisis data penting mengungkapkan dampak komunikasi kepemimpinan terhadap loyalitas karyawan di PT Global Technology (hargaDunia.Com). Meskipun kekuatannya moderat, hubungan antara komunikasi kepemimpinan dan loyalitas karyawan terbukti, karena uji korelasi ini memiliki dampak yang pasti. Gunakan tabel berikut untuk menentukan kekuatan hubungan antar variable:

Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Nilai *r* dan Kekuatan Hubungan
 Sumber: (Sinambela, 2014: 208)

Setelah dilakukan uji korelasi, pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat ditentukan dengan menggunakan uji regresi linier sederhana dalam SPSS versi 24. $Y = 27,880 + 0,883\% X$, sebagaimana ditentukan oleh uji regresi linier, mewakili hubungan antara Y dan X. Berikut adalah bagaimana persamaan fungsi sebelumnya dapat dibaca: Oleh karena itu, jika X (Komunikasi Kepemimpinan) = 0, nilai komunikasi kepemimpinan adalah 27.880, tidak terpengaruh oleh variabel loyalitas karyawan jika $a = 27.880$. Setiap kenaikan satu unit X (Komunikasi Kepemimpinan) meningkatkan nilai Y (Loyalitas Karyawan) sebesar 0,883%,

atau jika variabel komunikasi kepemimpinan bertambah satu unit ($X = 1$) maka variabel loyalitas karyawan akan meningkat menjadi 0,883%. Meskipun demikian, peningkatan loyalitas karyawan hanya sebesar 0,883%.

Tentukan, dengan menggunakan uji-t, apakah setiap variabel independen berkontribusi terhadap variabel dependen untuk sementara. Tanda tangan. 0,00 0,05 menunjukkan bahwa variabel bebas (X) berkontribusi terhadap variabel terikat (Y). Dimana ditegaskan bahwa loyalitas karyawan dipengaruhi melalui komunikasi.

IV. SIMPULAN

Angka signifikansi 0,05 0,05 dan p-value lebih kecil dari 0,05 menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang cukup kuat antara komunikasi kepemimpinan (X) dengan loyalitas karyawan (Y). Akibatnya, H1 diterima dan H0 ditolak, menunjukkan bahwa komunikasi kepemimpinan (X) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas karyawan (Y).

1. Saran Teoritis

Penulis menyarankan agar para sarjana masa depan dapat mendiskusikan teknik komunikasi kepemimpinan dari banyak perusahaan secara mendalam. Selain itu, peneliti selanjutnya dapat memanfaatkan metode selain penyebaran kuesioner, seperti wawancara, studi kasus, dan observasi langsung, untuk mengumpulkan data yang lebih menyeluruh, dan teori yang digunakan dapat didasarkan pada berbagai teori, seperti SOR (Stimulus Organisme Respon) teori.

2. Saran Praktis

Berdasarkan temuan penelitian, peneliti dapat memberikan rekomendasi praktis bagi perusahaan, khususnya PT Global Technology Resources

(hargaDunia.com), untuk menjaga kepercayaan masyarakat dan karyawannya dengan lebih meningkatkan kualitas layanan dan dengan meningkatkan komunikasi kepemimpinan dengan setiap karyawan untuk mendorong retensi karyawan.

Karyawan diharapkan dapat memenuhi tugas yang diberikan sesuai dengan tujuan perusahaan.

Saran bagi pemerintah sebagai pembuat kebijakan. Sebaiknya pemerintah lebih memperhatikan praktik kesejahteraan karyawan masing-masing perusahaan.

DAFTAR RUJUKAN

- Anwar, Y., & Adam. (2009). *Pengantar Sosiologi Hukum*. Bandung: PT Grasindo.
- Arifin, J. (2009). *Statistik Bisnis Terapan dengan Microsoft Excel 2007*. Jakarta: PT Alex Media Kumputindo.
- HargaDunia. (2019). *Logo*.<https://hargadunia.com/>. Pada 27 September 2019.
- Kriyantono, R. (2009). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Kriyantono, R. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Mulyana, D. (2009). *Ilmu Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Priyatno, D. (2009). *Mandiri Belajar SPSS - Bagi Mahasiswa dan Umum*. Yogyakarta: MediaKom.
- Priyatno, D. (2009). *SPSS untuk Analisis Korelasi, Regresi, dan Multivariate*. Yogyakarta: Gava Media.
- Rochaety, E. (2009). *Metode penelitian Bisnis*. Surabaya.
- Santoso, S. (2010). *Statistik Multivariat Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*. Jakarta: PT Alex Media Komputindo.
- Sugiyono. (2009). *Metode Pendekatan Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&B)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). *Metode Pendekatan Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&B)*. Bandung: Alfabeta.