

## Peran Komunikasi Internal dalam Membangun Loyalitas Karyawan terhadap Perusahaan (Studi pada Antariksa Grup)

**Benaya Shanandra Dara<sup>1✉</sup>, Muhammad Ichsan<sup>2</sup>, Chepi Nurdiansyah<sup>3</sup>**

Universitas Bina Sarana Informatika<sup>(123)</sup>

DOI: <https://doi.org/10.71417/jpc.v2i1.101>

### Abstrak

Komunikasi internal memiliki peran strategis dalam menciptakan loyalitas karyawan terhadap perusahaan. Dalam organisasi yang bergerak di bidang event organizer seperti Antariksa Grup, komunikasi menjadi faktor penting dalam menjaga koordinasi, motivasi, dan hubungan kerja yang harmonis. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bentuk komunikasi internal yang diterapkan di Antariksa Grup serta menganalisis perannya dalam membangun loyalitas karyawan. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Antariksa Grup menerapkan dua pola komunikasi utama, yaitu pola roda (wheel pattern) dan pola bintang (all-channel pattern). Komunikasi dilakukan secara terbuka, partisipatif, dan emosional, baik secara tatap muka maupun melalui media digital seperti WhatsApp dan Zoom. Temuan menunjukkan bahwa komunikasi yang hangat, transparan, dan saling menghargai mampu meningkatkan kenyamanan kerja dan loyalitas, baik pada karyawan tetap maupun part-time. Kesimpulannya, komunikasi internal yang efektif berperan penting dalam membangun rasa memiliki dan keterikatan karyawan terhadap perusahaan.

**Kata Kunci:** Event Organizer; Komunikasi Internal; Loyalitas Karyawan

### Abstract

Internal communication plays a strategic role in creating employee loyalty to the company. In organizations engaged in event organizing such as Antariksa Group, communication is an important factor in maintaining coordination, motivation, and harmonious working relationships. This study aims to determine the forms of internal communication implemented at Antariksa Group and analyze their role in building employee loyalty. The method used is qualitative descriptive with data collection techniques through observation, in-depth interviews, and documentation. The results show that Antariksa Group implements two main communication patterns, namely the wheel pattern and the all-channel pattern. Communication is carried out in an open, participatory, and emotional manner, both face-to-face and through digital media such as WhatsApp and Zoom. The findings show that warm, transparent, and mutually respectful communication can increase work comfort and loyalty, both for permanent and part-time employees. In conclusion, effective internal communication plays an important role in building a sense of belonging and employee attachment to the company.

**Keywords:** Event Organizer; Internal Communication; Employee Loyalty

Copyright (c) 2025 Benaya Shanandra Dara, Muhammad Ichsan, Chepi Nurdiansyah

✉ Corresponding author : Benaya Shanandra Dara

Email Address : [benayashanandra@gmail.com](mailto:benayashanandra@gmail.com)

Received 30 Oktober 2025, Accepted 10 November 2025, Published 06 Desember 2025

## Pendahuluan

Dalam sebuah organisasi, terutama perusahaan, komunikasi internal memiliki peranan yang sangat penting dalam menciptakan suasana kerja yang positif dan produktif. Komunikasi internal tidak hanya berfungsi sebagai saluran penyampaian informasi dari manajemen kepada karyawan, tetapi juga sebagai sarana membangun hubungan emosional, meningkatkan rasa memiliki, dan memperkuat loyalitas terhadap organisasi (Pekei & Setiawan, 2022). Dalam konteks persaingan bisnis yang semakin ketat, keberhasilan organisasi tidak hanya ditentukan oleh strategi bisnis semata, melainkan juga oleh tingkat loyalitas dan keterikatan karyawan terhadap perusahaan (Sari & Turmudhi, 2024). Loyalitas karyawan yang tinggi terbukti berkontribusi terhadap peningkatan kinerja, stabilitas organisasi, serta efektivitas jangka panjang (Rochim et al., 2025). Oleh karena itu, perusahaan perlu memastikan bahwa komunikasi internal yang diterapkan berjalan secara efektif dan berorientasi pada kesejahteraan serta partisipasi aktif karyawan.

Antariksa Grup sebagai perusahaan penyelenggara acara yang bergerak di bidang kreatif dan inovatif memiliki karakteristik pekerjaan yang dinamis, penuh tekanan, dan menuntut kerja sama tim yang solid. Dalam kondisi seperti ini, komunikasi internal menjadi kunci dalam membangun koordinasi, kepercayaan, serta kesetiaan karyawan terhadap perusahaan. Fenomena yang muncul di banyak perusahaan sejenis menunjukkan bahwa lemahnya komunikasi antarbagian dapat menyebabkan kesalahpahaman, menurunnya motivasi kerja, dan bahkan meningkatnya turnover karyawan (Kimani, 2024). Oleh karena itu, menarik untuk dikaji bagaimana pola komunikasi internal yang diterapkan oleh Antariksa Grup dalam membentuk loyalitas karyawannya di tengah tantangan industri event organizer yang kompetitif.

Urgensi penelitian ini terletak pada pentingnya memahami peran komunikasi internal sebagai instrumen strategis dalam mempertahankan sumber daya manusia yang loyal dan produktif. Dalam era modern, loyalitas karyawan tidak hanya dipengaruhi oleh kompensasi dan fasilitas, tetapi juga oleh sejauh mana mereka merasa didengarkan, dihargai, dan dilibatkan dalam proses komunikasi organisasi. Dengan mengidentifikasi bagaimana komunikasi internal di Antariksa Grup berperan dalam membangun loyalitas, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dan pengembangan kebijakan komunikasi perusahaan agar lebih inklusif dan efektif dalam mendukung kesejahteraan serta keterikatan karyawan.

Berdasarkan latar belakang dan fenomena tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana bentuk komunikasi internal yang diterapkan di Antariksa Grup?. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan memahami peran komunikasi internal dalam membangun loyalitas karyawan terhadap perusahaan, dengan studi kasus pada Antariksa Grup sebagai perusahaan event organizer.

## Metodologi

Dalam studi ini, menerapkan pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian ini dilaksanakan di Antariksa Grup yang berlokasi di Perum Taman Narogong Indah Jl. Garuda 1 Blok D78, RT.01 RW.02 Kota Bekasi, Jawa Barat. Dalam penelitian kualitatif, pemilihan informan dilakukan secara purposif, yaitu berdasarkan kriteria tertentu yang erat kaitannya

dengan tujuan studi. Informan yang dipilih adalah orang-orang yang dianggap memiliki pengetahuan, pengalaman, dan keterlibatan langsung dalam komunikasi internal di lingkungan kerja perusahaan Antariksa Grup. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi:

1. Observasi. Peneliti melakukan observasi langsung di lingkungan kerja Antariksa Grup untuk melihat secara nyata praktik komunikasi internal yang berlangsung antara atasan dan karyawan. Observasi dilakukan terhadap interaksi sehari-hari, rapat internal, maupun kegiatan rutin perusahaan yang melibatkan komunikasi internal.
2. Wawancara. Wawancara dilakukan secara mendalam (*in-depth interview*) kepada beberapa informan kunci, yaitu manajemen, staf HRD, dan karyawan Antariksa Grup.
3. Dokumentasi. Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan dan menganalisis dokumen-dokumen resmi perusahaan, seperti struktur organisasi, notulen rapat, surat edaran, kebijakan internal, serta laporan SDM. Data ini digunakan untuk melengkapi informasi yang diperoleh dari observasi dan wawancara.

Analisis data dalam penelitian kualitatif ini dilakukan secara deskriptif dengan pendekatan fenomenologi. Teknik analisis data yang digunakan mengacu pada model Miles dan Huberman yang terdiri atas tiga tahapan utama, yaitu:

1. Reduksi Data (Data Reduction)

Pada tahap ini, data yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumentasi diseleksi dan disederhanakan. Peneliti memilih informasi yang relevan dengan fokus penelitian, yaitu bagaimana peran komunikasi internal dalam membangun loyalitas karyawan. Informasi yang tidak berkaitan langsung dengan fokus penelitian akan dieliminasi, sedangkan data penting akan dikelompokkan sesuai tema-tema tertentu.

2. Penyajian Data (Data Display)

Data yang telah direduksi kemudian disajikan dalam bentuk naratif deskriptif. Peneliti menampilkan kutipan dari informan, hasil observasi, serta dokumentasi yang telah dianalisis, agar memudahkan dalam melihat pola, hubungan antar kategori, dan kecenderungan yang muncul.

Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi (Conclusion Drawing/Verification)  
Setelah data disajikan, peneliti menarik kesimpulan sementara yang bersifat tentatif. Kesimpulan ini akan diverifikasi secara terus-menerus melalui proses triangulasi, baik triangulasi sumber, teknik, maupun waktu.

## Hasil dan Pembahasan

### Proses Komunikasi Internal

Pengamatan menunjukkan bahwa strategi komunikasi internal di Antariksa Grup sangat menekankan pentingnya kedekatan emosional dan transparansi. Ini terlihat dari cara CEO, Dimas Arta Antariksa, menempatkan dirinya, bukan sekadar sebagai atasan, tetapi juga sebagai kolega yang siap mendengarkan. Dimas menyatakan bahwa komunikasi yang ada di perusahaan tidak hanya terbatas pada urusan kerja, tetapi juga mencakup aspek pribadi untuk membentuk suasana kerja yang seperti keluarga. Ini sesuai dengan penuturan langsung Dimas Artha Antariksa sebagai CEO::

*"Komunikasi yang saya kedepankan di Antariksa sendiri itu adalah komunikasi secara emosional. Jadi kita pendekatan tidak hanya masalah terkait kerjaan saja, kita juga berkomunikasi secara emosional. Bagaimana kita memiliki hubungan yang seperti keluarga di dalam suatu perusahaan..."*

Ia juga menambahkan bahwa komunikasi yang dibangun bukan hanya personal, tetapi juga interpersonal dan melibatkan pihak eksternal, seperti stakeholder lapangan:

*"Kita juga biasanya minta evaluasi untuk melihat kinerja kita sendiri seperti apa, apa yang kurang, dan kita juga belajar bagaimana caranya berelaborasi dengan berbagai stakeholder di lapangan."*

Pendekatan seperti ini dirasa penting untuk meningkatkan kenyamanan serta rasa memiliki terhadap perusahaan, terutama dalam dunia kerja yang sangat dinamis seperti industri event organizer.

Pada uraian hasil wawancara peneliti terhadap CEO Antariksa Grup yaitu Dimas Artha Antariksa dan peneliti melihat secara langsung pada kegiatan event yang sedang dilakukan oleh Antariksa Grup, ditemukan bahwa komunikasi antara pemimpin dan tim dilakukan dengan rutin. Komunikasi tersebut berlangsung baik melalui pertemuan langsung saat briefing maupun melalui platform digital seperti WhatsApp dan Zoom. Dari hasil observasi pada beberapa briefing mingguan, tampak bahwa setiap anggota tim memiliki kesempatan untuk menyampaikan pendapat dan memberikan masukan, menandakan adanya komunikasi yang bersifat dua arah dan partisipatif.

### **Media dan Saluran Komunikasi**

Dalam menjalankan kegiatan sehari-harinya, Antariksa Grup memanfaatkan beragam saluran komunikasi yang fleksibel dan disesuaikan dengan situasi di lapangan. Beberapa media komunikasi yang paling sering digunakan adalah:

1. Pertemuan langsung secara tatap muka, terutama saat briefing sebelum acara dimulai.
2. Grup WhatsApp, dipakai untuk koordinasi harian dan pembaruan informasi secara langsung.
3. Zoom Meeting, digunakan untuk pertemuan jarak jauh serta evaluasi bulanan.
4. HT (Handy Talkie), untuk berkomunikasi ketika acara sedang berlangsung.
5. Checklist manual yang berfungsi sebagai panduan kerja untuk memastikan semua tugas diselesaikan.

CEO menyebut bahwa komunikasi tatap muka tetap menjadi yang paling efektif:

*"Terkait komunikasi yang paling efektif tentunya komunikasi tatap muka ya, karena itu jauh lebih penting dikarenakan juga saya merasa jika betatap langsung informasi juga bisa disampaikan dan diterima secara baik walaupun mungkin sebenarnya kita bisa melakukan secara daring."*

Namun, ia juga menegaskan bahwa fleksibilitas tetap dibutuhkan:

*"Selain tatap muka kita biasanya juga menggunakan WhatsApp group ataupun Zoom meeting. Kalau WhatsApp itu lebih fleksibel dari waktu dan kita juga bisa memudahkan komunikasi lebih cepat..."*

Hal ini juga diperkuat oleh pernyataan dari karyawan tetap:

*"Untuk sehari-harinya biasa kita gunakan WA Group untuk komunikasi terkait kendala atau apapun itu yang terjadi di lapangan."*

Dan dari karyawan part-time:

*"Untuk media yang sering digunakan sih paling ya Grup Whatsaap, terus selain itu kita juga menggunakan aplikasi Telegram yang dimana disana juga sudah dibuatkan grup dari pihak Antariksa. Biasanya juga grup di telegram sendiri itu digunakan untuk absensi karyawan part-time. Informasi yang diberikan juga gak jauh dari seputar pekerjaan seperti misalnya kita sebagai karyawan part-time tuh harus ngapain. Tetapi kalau masalah seperti hal internal perusahaan tidak semua dishare sama mereka. Dan jika ditanya apakah saya sebagai karyawan part-time merasa cukup mendapat informasi jawaban saya ya saya merasa cukup dan terbantu sih dengan komunikasi yang baik dari mereka dalam menjelaskan terkait pekerjaan".*

Pada uraian hasil wawancara yang dijelaskan dari CEO, Karyawan Tetap, dan Part-time diatas dapat diperkuat dari hasil observasi yang dilakukan peneliti bahwa pemilihan media ini menunjukkan bahwa perusahaan sangat memperhatikan efektivitas dan efisiensi

dalam menyampaikan informasi, mengingat sifat pekerjaan yang seringkali berlangsung di lokasi berbeda dan membutuhkan respon cepat.

### **Keterlibatan dan Loyalitas Karyawan**

Dari hasil pengamatan dan wawancara yang dilakukan, terlihat bahwa karyawan tetap merasa cukup nyaman dan loyal terhadap perusahaan. Salah satu faktor utamanya adalah karena adanya komunikasi yang terbuka, hubungan kerja yang hangat, serta lingkungan kerja yang tidak kaku.

Karyawan tetap mengungkapkan bahwa mereka memiliki kesempatan untuk menyampaikan ide dan masukan, serta berpartisipasi dalam pengambilan keputusan yang berkaitan dengan teknis di lapangan. Situasi ini membuat mereka merasa dihargai dan dipercaya, yang secara tidak langsung meningkatkan loyalitas dan semangat kerja mereka..

*“Kalau **komunikasi** dari pihak internal Antariksa sendiri sih sangat mengedepankan keterbukaan, jadi kita sebagai karyawan juga bisa menyampaikan masukan ataupun pendapat kita kepada tim atau juga kepada perusahaan”*

Mereka juga mengakui bahwa suasana kerja yang kekeluargaan membuat mereka betah:

*“Yang membuat sebagai karyawan tetap merasa nyaman dan betah bekerja di Antariksa sendiri sih karena lingkungan pekerjaannya yang sangat kekeluargaan, selalu dirangkul terutama dengan pimpinan yang selalu memberi arahan kepada karyawan dan juga menerima pendapat secara terbuka dari tim kerja. Jadi kita juga sama sama belajar untuk membangun komunikasi yang baik ditempat kerja. Dan saya juga merasa komunikasi yang terjadi di Antariksa sangat berpengaruh terhadap rasa loyal saya bahkan karyawan yang lain terhadap perusahaan ini.*

Sementara itu, dari sisi karyawan part-time, meskipun mereka tidak terlibat dalam semua proses internal perusahaan, mereka tetap merasa diperhatikan. Komunikasi yang dilakukan melalui briefing dan update informasi teknis dirasa sudah cukup untuk membuat mereka merasa aman dan paham akan tugasnya. Karyawan part-time mengatakan bahwa:

*“Kalau merasa dilibatkan dalam diskusi sih saya sebagai part-timer merasa dilibatkan namun jika diadakan meeting sih paling kita ga ikut ya, cuma kalau ya di tentang pekerjaan di booth atau dilapangan jauh lebih merasa terlibat dalam berdiskusi, paling sih lebih ke briefing aja...”*

Ia juga menegaskan bahwa komunikasi membuatnya nyaman meskipun statusnya bukan karyawan tetap:

*“dengan pola pola komunikasi internal yang ada di Antariksa sih benar-benar membuat saya merasa nyaman. Apalagi kan di part-time saya bekerja di waktu weekend ya. Jadi nyaman.”*

Pada uraian hasil wawancara yang dijelaskan dari Part-time diatas dan diperkuat dari hasil observasi yang dilakukan peneliti bahwa karyawan part-time tetap merasa dihargai Bahkan, beberapa dari mereka bersedia terus bergabung kembali dalam event-event Antariksa, karena merasakan kenyamanan dalam sistem kerja dan komunikasi yang dijalankan.

### **Pembahasan**

Berdasarkan temuan-temuan yang diperoleh dari observasi dan wawancara, dapat dikatakan bahwa komunikasi internal memiliki peran yang sangat penting dalam membentuk loyalitas karyawan terhadap perusahaan. Komunikasi yang terbuka, hangat, dan partisipatif mampu menciptakan hubungan kerja yang harmonis serta meningkatkan rasa memiliki terhadap organisasi.

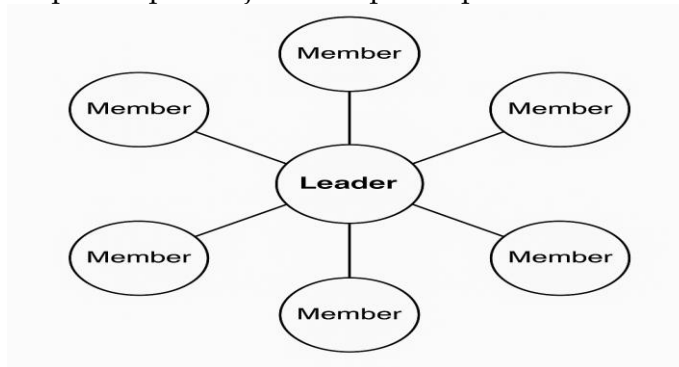
Hal ini sesuai dengan teori komunikasi organisasi yang disampaikan oleh (Gunawan & Zuhaidam, 2022), di mana komunikasi internal tidak hanya berfungsi sebagai media penyampaian informasi, tetapi juga sebagai instrumen dalam membentuk nilai, budaya kerja, dan semangat kolektif dalam organisasi.



Dalam konteks Antariksa Grup, terdapat dua pola komunikasi yang terlihat dari praktik di lapangan, yaitu:

1. Pola Roda (Wheel Pattern)

Dalam komunikasi roda, terdapat seorang pemimpin yang bertindak sebagai pusat utama dan mengendalikan seluruh arus informasi dalam suatu organisasi. Akibatnya, sebelum informasi dapat diteruskan atau disampaikan, terlebih dahulu harus melalui atau mendapatkan persetujuan dari pemimpin tersebut..

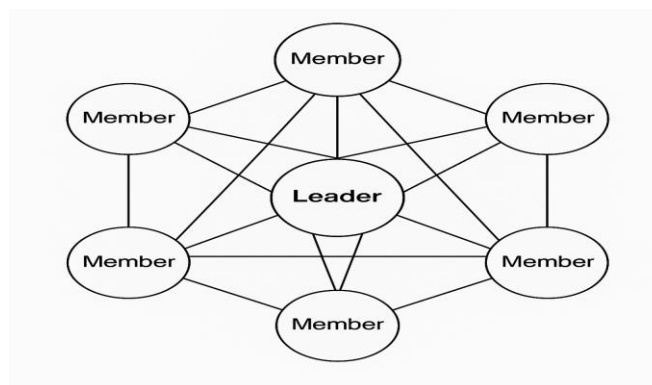


**Gambar 1. Pola Komunikasi Organisasi Roda**

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan penulis, Antariksa Grup menerapkan pola komunikasi organisasi berupa pola komunikasi roda. Dalam pola ini, pusat komunikasi terfokus pada pimpinan (CEO), terutama saat mengambil keputusan besar. Semua informasi strategis disampaikan dan dikendalikan langsung oleh pimpinan untuk memastikan kesesuaian dengan visi perusahaan. Berdasarkan wawancara dengan CEO, sentralisasi dalam pengambilan keputusan ini bertujuan agar seluruh bagian perusahaan tetap mengikuti arah yang telah ditetapkan.. Pola ini mencerminkan bentuk komunikasi vertikal top-down yang terstruktur, yang menurut Robbins dan Judge (2021), dapat mempercepat pengambilan keputusan namun tetap membutuhkan ruang dialog agar tidak menimbulkan jarak antara pimpinan dan staf.

2. Pola Bintang (All-Channel Pattern)

Pola komunikasi all-channel, atau yang sering disebut pola komunikasi bintang, memungkinkan setiap anggota untuk berinteraksi secara langsung satu sama lain tanpa bergantung pada pemimpin pusat. Pola ini cenderung memberikan tingkat kepuasan tinggi bagi anggota serta efektif dalam menyelesaikan tugas-tugas kompleks secara cepat dan kolaboratif.



**Gambar 2. Pola Komunikasi Organisasi Bintang**

Berdasarkan hasil wawancara yang penulis lakukan pada Antariksa Grup juga menggunakan pola komunikasi bintang. Pola ini tampak dalam interaksi antara anggota tim di lapangan, di mana semua staf memiliki kebebasan dalam berkomunikasi dan

menyampaikan opini. Pola ini sangat berpengaruh dalam menciptakan lingkungan kerja yang responsif dan saling mendukung. Berdasarkan data dari wawancara dengan karyawan tetap maupun part-time, mereka merasa pendapat mereka didengarkan dan mereka dipandang penting oleh anggota tim lainnya, baik dalam kegiatan sebelum acara maupun sesudahnya.

Lebih jauh lagi, teori dari Karlina (2020) juga menekankan bahwa masa kerja dan loyalitas seseorang sangat dipengaruhi oleh iklim komunikasi yang terbangun di lingkungan kerjanya. Ketika komunikasi berjalan baik, maka produktivitas dan komitmen kerja pun cenderung meningkat. Temuan ini terlihat nyata dalam konteks Antariksa Grup, di mana sebagian besar karyawan mengakui bahwa komunikasi internal yang efektif menjadi faktor utama yang membuat mereka merasa nyaman dan loyal (Putra, 2023)

Selain itu, hasil wawancara dengan beberapa karyawan juga menunjukkan bahwa adanya keterbukaan informasi, kesediaan pimpinan mendengarkan aspirasi, dan adanya ruang diskusi membuat mereka merasa dihargai dan termotivasi untuk memberikan kinerja terbaik. Ini menunjukkan bahwa komunikasi internal tidak hanya berperan sebagai sarana teknis penyampaian pesan, melainkan juga sebagai bentuk penghargaan psikologis yang memperkuat ikatan emosional antara karyawan dan perusahaan.

Dalam praktiknya, komunikasi internal di Antariksa Grup juga memainkan peran sebagai media pembentukan budaya kerja. Budaya kerja yang inklusif dan egaliter, yang diterapkan melalui briefing harian, komunikasi antar divisi, hingga evaluasi pasca-event, menjadi ruang kolektif di mana nilai-nilai organisasi diperkuat. Temuan ini semakin menegaskan bahwa loyalitas karyawan tidak semata-mata dibentuk oleh aspek finansial, tetapi sangat dipengaruhi oleh rasa memiliki, keterlibatan, dan komunikasi yang sehat di dalam organisasi. Ketika komunikasi internal dikelola dengan baik, maka hubungan antara perusahaan dan karyawan tidak lagi bersifat transaksional, melainkan berkembang menjadi hubungan yang emosional dan partisipatif.

## Simpulan

Pendekatan komunikasi yang digunakan oleh Antariksa Grup, baik dalam arah vertikal maupun horizontal, memperlihatkan bahwa keterbukaan, partisipasi, serta hubungan interpersonal yang kuat dapat membangun suasana kerja yang positif dengan rasa memiliki yang tinggi di antara karyawan. Keberadaan dua pola komunikasi utama, yaitu pola roda (wheel pattern) dan pola bintang (all-channel pattern), menandakan kemampuan perusahaan dalam mengelola aliran informasi secara fleksibel, sejalan dengan kebutuhan struktural dan operasionalnya. Dalam proses pengambilan keputusan strategis, pola komunikasi roda berperan penting dengan pemimpin sebagai pusat pengendali informasi. Pola ini menjaga stabilitas arah perusahaan dan menjamin konsistensi dengan visi yang sudah ditentukan. Sebaliknya, pola komunikasi bintang memungkinkan semua anggota tim berinteraksi bebas, yang sangat efektif dalam mendukung koordinasi selama acara berlangsung dan membangun semangat kerja tim. Penelitian ini juga menemukan bahwa iklim komunikasi yang terbuka dan saling menghargai berdampak langsung pada tingkat kenyamanan dan loyalitas karyawan, baik karyawan tetap maupun part-time.

## Daftar Pustaka

- Gunawan, H., & Zulhaidam. (2022). Pengaruh Komunikasi Organisasi Dan Koordinasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt. Bpr Fianka Rezalina Fatma Pekanbaru. *Institute Of Research And Publication Indonesia Ijbem: Indonesian Journal Of Business Economics And Management*, 1. <https://Journal.Irpi.Or.Id/Index.Php/Ijbem/Article/View/660>
- Kimani, B. (2024). Internal Communication Strategies And Employee Engagement. *Journal Of Public Relations*, 2(1), 13–24. <https://doi.org/10.47941/Jpr.1695>
- Pekei, F. S. A., & Setiawan, M. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Karyawan. *Jurnal Kewirausahaan Dan Inovasi*, 1(2), 136–143. <https://doi.org/10.21776/Jki.2022.01.2.02>
- Putra, A. (2023). Pengaruh Komunikasi Dan Iklim Organisasi Terhadap Loyalitas Kerja Karyawan. *Jurnal Manuhara*, 1(3), 245–262.
- Rochim, A., Fauzi, A., & Rini, H. P. (2025). Employee Loyalty And Engagement Mediating The Impact Of Transformational Leadership On Employee Performance. *Kontigensi: Jurnal Ilmu Manajemen*, 13(1), 150–162.
- Sari, Y. K., & Turmudhi, A. (2024). Peran Loyalitas Kerja Dalam Memediasi Pengaruh Budaya Organisasi Dan Pengembangan Karir Terhadap Kinerja Karyawan. *Ekoma: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 4(1), 430–440. <https://doi.org/10.56799/Ekoma.V4i1.5617>