

Pengaruh Iklim Komunikasi Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Matahari Mega Mall

**Andreas Moses Tambuwun
Mariam Sondakh
Meity D. Himpong**

Abstract.

The purpose of this study was to find out how significant the influence of the climate of organizational communication on employee performance of Matahari mega mall, there are six major factors of an Organizational Communication Climate in the form of Trust, Joint Decision Making, Honesty, Openness in downward communication, Listening in upward communication, Attention to high-performance goals, and six factors of Quality Performance, Quantity, Timeliness, Effectiveness, Need for Supervisory, Interpersonal Impact that can be used to measure this research. in this research using qualitative approach, survey method and correlation analysis and questionnaire as data collection tool, sempel technique using simple random sampling technique which is sampling technique of population member done randomly, with sample amounted to 50 Respondents. according to the results of data processing Hypothesis for significance test correlation found that there is a significant relationship between Climate Communications Organization with employee performance at Matahari Mega Mall Manado of 0.001.

Keywords: Climate of Organization Communication, Employee Performance.

PENDAHULUAN

Komunikasi organisasi mengandung unsur penting didalamnya yaitu “iklim komunikasi organisasi” yang dapat mengatur, menghubungkan dan membina lingkungan organisasi di bidang informasi, baik dalam suatu hubungan antar anggotanya maupun dari pimpinan kepada anggota organisasi. yang diharapkan untuk bisa memberikan kelancaran arus informasi dan dapat memungkinkan setiap anggota organisasi dapat menjalankan pekerjaannya dengan efektif dan terarah. Iklim yang dimaksud disini adalah suasana yang tercipta di dalam suatu perusahaan atau instansi yang menimbulkan reaksi-reaksi baik itu reaksi positif atau reaksi negatif karena pengaruh internal ataupun eksternal.

Dalam Iklim Komunikasi Organisasi dan Kinerja Karyawan juga cukup berkaitan yang dimana dalam sebuah organisasi tanpa adanya pertukaran arus informasi maka organisasi tersebut akan mengalami banyak kendala untuk bisa mencapai tujuannya, sebaliknya jika suatu

organisasi yang didalamnya terdapat pertukaran arus informasi yang baik maka organisasi tersebut dapat dengan mudah mencapai tujuannya.

Iklim komunikasi organisasi juga dapat mempengaruhi cara hidup kita, kepada siapa kita berbicara, siapa yang kita sukai, bagaimana perasaan kita, bagaimana kegiatan kerja kita, bagaimana perkembangan kita, apa yang ingin kita capai dan bagaimana cara menyesuaikan diri dengan organisasi. sehingga apa yang akan menjadi tugas pekerjaan seseorang dalam sebuah organisasi akan dengan mudah dicapai, karna seluruh aspek hidupnya berjalan dengan seimbang.

Redding (1972) menyatakan bahwa iklim (komunikasi) organisasi jauh lebih penting daripada keterampilan atau teknik-teknik komunikasi semata-mata dalam menciptakan suatu organisasi yang efektif. Dalam artian jika dalam sebuah organisasi tidak adanya iklim komunikasi maka akan sulit untuk bisa mencapai tujuan dari organisasi itu sendiri.

Masalah umum yang sering terjadi dalam sebuah organisasi sebagian besar biasanya di karenakan kurang efektifnya proses komunikasi yang terjadi di dalamnya, masalah ini biasanya terjadi di sebabkan oleh kurang jelasnya pemberian informasi, tidak efektifnya media yang digunakan, maupun adanya noise yang mengganggu pesan yang akan disampaikan, dan dari masalah ini bisa berdampak pada kinerja karyawan dalam mengerjakan apa yang menjadi tugas dan tanggung jawab yang harus mereka kerjakan

Dengan dilandasi oleh identifikasi awal tentang iklim komunikasi organisasi di Matahari Mega Mall ditemukan bahwa terdapat aktifitas kerja yang kebanyakan mengalami kendala-kendala seperti arus informasi baik secara (vertikal) pemberian informasi berupa perintah, kebijakan dan peraturan dari pimpinan perusahaan kepada bawahan begitu juga sebaliknya aspirasi dari bawahan kepada pimpinan fakultas, dan (horizontal) yang berupa arus informasi dalam bentuk koordinasi dari seorang karyawan kepada karyawan yang lain yang kadang kala kurang maksimal, sehingga mengakibatkan kurangnya kordinasi dalam pengorganisasian tugas, pesan atau informasi yang tengah menjadi kebutuhan semua lini karyawan dan kadang kala tidak berjalan efektif dan efisien.

Melihat masalah itu peneliti merasa bahwa proses komunikasi serta terciptanya iklim komunikasi organisasi yang baik memegang pengaruh yang sangat penting dalam suatu organisasi yang tentunya akan mempengaruhi kinerja Karyawan. Dan proses-proses interaksi yang terlibat dalam perkembangan iklim komunikasi organisasi juga memberi andil pada beberapa pengaruh penting dalam menghidupkan kembali unsur-unsur dasar organisasi. Iklim komunikasi yang kuat dan positif akan menghasilkan kerja yang positif juga.

TINJAUAN PUSTAKA

Iklim Komunikasi Organisasi

Mengungkapkan istilah iklim disini merupakan kiasan (metafora) menurut Sackmann dalam Pace, fase iklim

komunikasi organisasi menggambarkan suatu kiasan bagi iklim fisik. Sama seperti cuaca membentuk iklim fisik untuk suatu kawasan, sedangkan cara orang berinteraksi terhadap aspek organisasi menciptakan suatu iklim komunikasi, maksudnya yaitu sebuah kiasan yang menggambarkan suasana dan apa yang dirasakan nyata dalam diri dari orang-orang yang berhubungan dengan organisasi sehingga memungkinkan orang bereaksi dengan bermacam-macam cara terhadap organisasi melalui proses komunikasi.

Falcione dalam Pace dan Faules (2001:149) menyatakan bahwa, “iklim komunikasi merupakan suatu citra makro, abstrak dan gabungan dari suatu fenomena global yang disebut komunikasi organisasi. Iklim berkembang dari interaksi antar sifat-sifat suatu organisasi dan persepsi individu atau sifat-sifat itu. Iklim dipandang sebagai suatu kualitas pengalaman subjektif yang berasal dari persepsi atas karakter-karakter yang relatif langgeng pada organisasi”.

Untuk menganalisis iklim komunikasi disuatu organisasi, Pace dan Faules (2005:159-160) mengemukakan enam faktor besar yang bisa digunakan untuk menganalisis masalah tersebut, yaitu:

1. *Kepercayaan*, personal disemua tingkat harus berusaha keras untuk mengembangkan dan mempertahankan hubungan yang di dalamnya kepercayaan, keyakinan, dan kredibilitas didukung oleh pernyataan dan tindakan.
2. *Pembuatan keputusan bersama*, para pegawai disemua tingkat dalam organisasi harus diajak berkomunikasi dan berkonsultasi mengenai semua masalah dalam semua wilayah kebijakan organisasi, yang relevan dengan kedudukan mereka. Para pegawai disemua tingkat harus diberikan kesempatan berkomunikasi dan berkonsultasi dengan manajemen di atas mereka agar berperan serta dalam proses pembuatan keputusan dan penentuan tujuan.

3. *Kejujuran*, suasana umum yang diliputi kejujuran dan keterusterangan harus mewarnai hubungan-hubungan dalam organisasi. Dan para pegawai mampu mengatakan apa yang ada dalam fikiran mereka tanpa mengindahkan apakah mereka berbicara kepada teman sejawat, bawahan, atau atasan.
4. *Keterbukaan dalam komunikasi ke bawah*, kecuali untuk keperluan informasi rahasia, anggota organisasi harus relatif mudah memperoleh informasi yang berhubungan langsung dengan tugas mereka saat itu, yang mempengaruhi kemampuan mereka untuk mengkoordinasikan pekerjaan mereka dengan orang-orang atau bagian-bagian lainnya, dan yang berhubungan luas dengan perusahaan, organisasi, para pemimpin, dan rencana-rencana.
5. *Mendengarkan dalam komunikasi ke atas*, personil di semua tingkat dalam organisasi harus mendengarkan saran-saran atau laporan-laporan masalah yang dikemukakan personel di semua tingkat bawahan dalam organisasi, secara berkesinambungan dan dalam fikiran terbuka. Informasi dari bawahan harus dipandang cukup penting untuk dilaksanakan kecuali ada petunjuk yang berlawanan.
6. *Perhatian pada tujuan-tujuan berkinerja tinggi*, personel di semua tingkat di semua organisasi harus menunjukkan suatu komitmen terhadap tujuan-tujuan berkinerja tinggi, produktifitas tinggi, kualitas tinggi, biaya rendah, demikian pula menunjukkan perhatian besar pada anggota organisasi lainnya.

Kinerja

Kinerja seseorang merupakan kombinasi dari kemampuan, usaha dan kesempatan yang dapat dinilai dari hasil kerjanya. menurut Sutrisno (2004:170) kinerja adalah hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau sekelompok orang dalam suatu organisasi, sesuai

dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing, dalam rangka upaya mencapai tujuan organisasi bersangkutan secara legal, tidak melanggar hukum, dan sesuai dengan moral dan etika.

Sedangkan pengertian kinerja menurut Mahsun (2006:25) adalah gambaran mengenai pencapaian pelaksanaan suatu kegiatan dalam mewujudkan sasaran, tujuan, misi dan visi organisasi yang tertuang dalam Strategic Planning suatu organisasi. Pengertian lain tentang kinerja menurut Milner (1990) dalam bukunya Sutrisno (2004:170) adalah bagaimana seseorang diharapkan dapat berfungsi dan berperilaku sesuai dengan tugas yang telah dibebankan kepadanya. Setiap harapan mengenai bagaimana seseorang harus berperilaku dalam melaksanakan tugas, berarti menunjukkan suatu peran dalam organisasi.

Menurut Pio *et al.*(2015) untuk mencapai target yang ditetapkan organisasi (Kinerja), karyawan harus mengutamakan kepentingan dan kepuasan pelanggan, dengan memberikan layanan terbaik, sehingga menghasilkan kinerja terbaik.

Keberhasilan organisasi tergantung pada kinerja para pelaku organisasi bersangkutan. Oleh karena itu, setiap unit kerja dalam suatu organisasi harus dinilai kinerjanya agar kinerja sumberdaya manusia yang terdapat dalam unit-unit dalam suatu organisasi dapat dinilai secara obyektif.

Pada prinsipnya kinerja uni-unit organisasi dimana seseorang atau sekelompok orang berada di dalamnya merupakan pencerminan dari kinerja sumber daya manusia yang bersangkutan. Bernardin dan Russel dalam Sutrisno (2009:179-180), mengajukan enam poin penilaian kinerja yaitu :

1. Quality (Kualitas kerja), merupakan tingkat sejauh mana proses atau hasil pelaksanaan kegiatan mendekati kesempurnaan atau mendekati tujuan yang diharapkan.

2. Quantity (Kuantitas kerja), merupakan jumlah yang dihasilkan misalnya siklus kegiatan yang dilakukan.
3. Timeliness (ketepatan waktu). Merupakan sejauh mana suatu kegiatan diselesaikan pada waktu yang tepat yang dikehendaki, dengan memerhatikan kordinasi output lain serta waktu yang tersedia untuk kegiatan orang lain.
4. Efektiveness (efektivitas). Merupakan tingkat sejauh mana penggunaan sumber daya organisai (manusia, keuangan, teknologi, dan material) dimaksimalkan untuk mencapai hasil tertinggi atau pengurangan kerugian dari setiap unit penggunaan sumber daya.
5. Need for supervisor (perlu untuk pengawasan). Merupakan tingkat sejauh mana seorang pekerja dapat melaksanakan suatu fungsi pekerjaan tanpa memerlukan pengawasan seorang supervisor untuk mencegah tindakan yang tidak diinginkan.

Interpersonal impact. Merupakan tingkatan sejauh mana pegawai memelihara harga diri, nama baik, dan kerja sama di antara rekan kerja dan bawahan.

KERANGKA BERFIKIR



| Model | | B | Std. Error | Beta | T | Sig. |
|-------|------------|--------|------------|------|-------|------|
| 1 | (Constant) | 20.956 | 3.899 | | 5.375 | .000 |
| | X | .366 | .103 | .456 | 3.546 | .001 |

Sumber : Olahan Data

HIPOTESIS

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini yaitu:

H₁: Terdapat pengaruh yang signifikan dari iklim komunikasi organisasi terhadap kinerja karyawan matahari mega mall.

H₀: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari iklim komunikasi organisasi terhadap kinerja karyawan matahari mega mall

METODE PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan metode *survey* dan analisis korelasional. Penelitian *survey* adalah penelitian yang mengambil sampel dari populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok. Yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan dari karyawan matahari mega mall yang berjumlah 369 Karyawan, dan banyaknya sampel sebesar 50 Responden dengan tingkatan kelas dan jabatan dari Top Manajement sampai Low Manajement yang termasuk dalam populasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pengujian validitas variabel X (Iklim Komunikasi Organisasi) dan Variabel Y (Kinerja Karyawan) menunjukkan bahwa nilai korelasi diatas 0.238 maka nilai korelasi

pada item pernyataan dinyatakan valid.

Hasil olahan SPSS 23.0 menunjukkan bahwa nilai alpha pada variabel X dan Y diatas 0,6 yaitu 0,733 untuk X dan 0,767

untuk Y sehingga dapat disimpulkan bahwa pertanyaan-pertanyaan yang ada dalam kuesioner merupakan pertanyaan yang reliable.

Berdasarkan hasil Uji-t olahan SPSS 23.0, Tabel 1. Dimana nilai signifikan

asumsi faktor-faktor lain dianggap tetap. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara Iklim Komunikasi Organisasi dengan Kinerja Karyawan, semakin naik Iklim Komunikasi Organisasi

Tabel 10 Koefisien Product Moment

| | | X | Y |
|---|---------------------|--------|--------|
| X | Pearson Correlation | 1 | ,456** |
| | Sig. (2-tailed) | | .001 |
| | N | 50 | 50 |
| Y | Pearson Correlation | ,456** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .001 | |
| | N | 50 | 50 |

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

sebesar 0,001 lebih kecil dari alpha 0,05 ini berarti H0 ditolak dan dapat ditarik kesimpulan, terdapat Pengaruh yang signifikan antara Iklim Komunikasi Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan

Hipotesis untuk uji keberartian korelasi ini adalah “ada hubungan yang nyata antara Iklim Komunikasi Organisasi dengan kinerja karyawan pada Matahari Mega Mall Manado”.

Dari Tabel 1. hasil analisis oleh SPSS 23.0 diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$y = 20,956 + 0,366x$$

Dari persamaan regresi diatas dapat di informasikan bahwa :

1. Konstan sebesar 20,956 artinya jika Iklim Komunikasi Organisasi yang diteliti konstan atau bernilai nol maka kinerja karyawan pada Matahari Megamall Manado, sebesar 20,956.
2. Nilai koefisien regresi Iklim Organisasi sebesar 0,366 artinya Iklim Komunikasi Organisasi bertambah sebesar 1 skala jawaban responden, maka Kinerja Karyawan pada Matahari Megamall Manado, akan meningkat 0,366 dengan

maka semakin meningkatkan Kinerja Karyawan.

Dari uji koefisien Korelasi Product Moment ditemukan hasil sebesar 0,45 yang menunjukkan interpretasi pada tingkat hubungan **sedang** antara Iklim Komunikasi Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian, dari data yang didapat melalui kuesioner menunjukkan bahwa pengaruh dari Iklim Komunikasi Organisasi terhadap Kinerja Karyawan cukup berpengaruh terhadap responden yang ada baik Top Manajemen maupun Low Manajemen.

Iklim Komunikasi Organisasi memiliki arus informasi yaitu Horizontal, Vertikal maupun Diagonal yang di dalamnya tidak lepas dari Kepercayaan, Pembuatan keputusan Bersama, Kejujuran, Keterbukaan dalam komunikasi ke bawah, Mendengarkan dalam komunikasi ke atas, Perhatian pada tujuan-tujuan berkinerja tinggi yang bertujuan untuk dapat mencapai apa yang telah menjadi target dari organisasi tersebut.

Implementasi dalam Matahari Mega Mall di dapati bahwa pimpinan perusahaan memberikan kepercayaan kepada karyawan untuk dapat berkerja sesuai prosedur yang ada, tetapi masih ada beberapa situasi pimpinan perusahaan masih membatasi karyawan untuk bisa menyelesaikan tugasnya.

Dalam hal mengambil keputusan bersama ada beberapa keputusan yang di ambil oleh pihak pimpinan perusahaan yang tidak melibatkan seluruh karyawan yang dikarenakan situasi dan kondisi yang ada,ada beberapa keputusan mengenai hal yang bersangkutan dengan kerahasiaan yang hanya pimpinan perusahaan saja yang menentukan.

Suatu organisasi kejujuran itu sangat diperlukan tetapi ada beberapa situasi yang harus dijaga, tetapi ada beberapa situasi dan kondisi yang mengharuskan karyawan ataupun pimpinan perusahaan untuk menahan informasi itu, yang dikarenakan informasi bersifat bisa merugikan satu pihak maupun pihak lainnya.

Dalam berkomunikasi secara Vertikal maupun Horizontal antara pimpinan perusahaan dan karyawan yang ada, baik halnya keterbukaan komunikasi ke pimpinan maupun sebaliknya pimpinan perusahaan mendengarkan aspirasi dari bawahan, dan dari arus informasi ini dapat berdampak positif sehingga apa yang menjadi tugas yang diberikan oleh pimpinan perusahaan dapat di terima oleh karyawan dan di lakukan sesuai tugas yang ada. Begitu juga aspirasi baik berupa keluhan dan masukan dapat di terima oleh pimpinan perusahaan untuk dapat menjadi bahan pertimbangan.

Pimpinan perusahaan juga akan memberikan reward untuk Karyawan yang mengalami peningkatan dalam berkerja dan mampu mencapai standart dari perusahaan, reward itu berupa jenjang karir dan bonus pencapaian, sehingga seluruh karyawan dapat termotivasi dan bersaing untuk mendapatkannya.

Iklm yang kondusif dalam suatu perusahaan dapat mendorong terciptanya kinerja yang baik. Ada lima faktor yang muncul akibat dari terciptanya iklim komunikasi organisasi yang kondusif yaitu *quality* (Kualitas kerja), perusahaan mengharapkan karyawan lebih kreatif dan inovatif dalam menyelesaikan pekerjaan mereka serta terbuka pada pengetahuan-pengetahuan yang baru mengenai pekerjaan mereka.

Faktor *quantity* (Kuantitas kerja) dalam artian karyawan bisa disiplin dalam pekerjaanya yakni melaksanakan pekerjaan secara rutin yang diselesaikan berdasarkan *dateline* yang sudah ditentukan dan direncanakan. Untuk itu di Matahari Mega Mall semua pekerjaan harus diselesaikan berdasarkan waktu yang sudah ditentukan selain didesak keadaan para karyawan juga berkomitmen untuk sebisa mungkin menyelesaikan pekerjaan sesuai *dateline*. Faktor yang selanjutnya adalah *timeliness* (ketepatan waktu) dalam artian karyawan selalu berusaha melaksanakan tugas sesuai jadwal serta menyelesaikan tugas tepat waktu.

Faktor yang lain yaitu *effectiveness* (efektivitas) karena karyawan mempunyai orientasi pekerjaan, karyawan berusaha mengefektifkan pekerjaan. Faktor yang selanjutnya yaitu *need for supervisor* dalam artian karyawan memberikan kepercayaan kepada staf untuk menjalankakn tugas yang diembannya tetapi pimpinan juga tetap mengontrol,memeriksa dan mengawasi pekerjaan karyawan. Kemudian faktor yang terakhir *interpersonal impact* adalah karyawan bisa bergaul dengan efektif sehingga tercipta kerja sama yang baik antar sesama karyawan. Faktor lain yang mendukung terciptanya penilaian tentang iklim yang baik di matahari mega mall adalah karena rata-rata karyawan sudah bekerja lama di matahari mega mall sehingga saling mengenal dengan baik dan juga mengerti dengan tugas yang yang

harus dikerjakan, walaupun ada beberapa staf yang punya masalah pribadi tetapi secara keseluruhan hubungannya baik.

Sehingga ditarik garis besarnya bahwa Iklim Komunikasi Organisasi dan Kinerja Karyawan cukup berkaitan yang dimana dalam sebuah organisasi tanpa adanya pertukaran arus informasi maka organisasi tersebut akan mengalami banyak kendala untuk bisa mencapai tujuannya, sebaliknya jika suatu organisasi yang didalamnya terdapat pertukaran arus informasi yang baik maka organisasi tersebut dapat dengan mudah mencapai tujuannya.

PENUTUP

Berdasarkan analisis hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Iklim Komunikasi Organisasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan pada Matahari Mega Mall Manado. Iklim Komunikasi Organisasi di dalam Perusahaan lebih ditingkatkan, maka kinerja karyawan akan meningkat pula, begitu juga sebaliknya Iklim Komunikasi Organisasi yang ada di dalam Perusahaan rendah maka kinerja karyawan akan menurun.

Dari hasil penelitian dan pembahasan membuktikan bahwa hipotesis (Ho) ditolak atau tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari iklim komunikasi organisasi terhadap kinerja karyawan matahari mega mall, dan (Ha) diterima yaitu terdapat pengaruh yang signifikan dari iklim komunikasi organisasi terhadap kinerja karyawan matahari mega mall atau adanya korelasi antara iklim komunikasi organisasi terhadap kinerja karyawan matahari mega mall.

Secara umum situasi atau suasana kerja di Matahari Mega Mall cukup mendukung keberadaan teori iklim komunikasi organisasi bahwa terciptanya iklim komunikasi yang kondusif dalam suatu instansi dapat memotivasi kinerja yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Alo, L. 2004. *Wacana Komunikasi Organisasi*. Mandar Maju: Bandung.
- Ardial. 2014. *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Arifin, Z. 2011. *Penelitian Pendidikan: Metode dan Paradigma Baru*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Bajari, A. 2015. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Daryanto, M. R. 2016. *Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Penerbit Gava Media.
- Davis, K. dan Newstrom, J. 2008. *Prilaku Dalam Organisasi*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Ghozali, I. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan penerbit UNDIP.
- Jalaluddin, R. 2007. *Metodologi Penelitian Komunikasi*. Bandung: Rosdakarya.
- Mashun, M. 2006. *Pengukuran Kinerja Sektor Publik*. Yogyakarta: BPF-UGM.
- Muhammad, A. 1995. *Komunikasi organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Mulyana, D. 2003. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Pace W.R., Dan Faules F.D. 2001. *Komunikasi Organisasi: Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*. Deddy Mulyana (Editor) Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Pio, R.J.; Nimran, U., Alhabsji, T. dan Hamid, D. 2015. *Pengaruh Kepemimpinan Spritual Terhadap Prilaku Etis, Kualitas Kehidupan Kerja, Kepuasan Kerja, Komitmen*

- Organisasi dan Kinerja Karyawan.
Jurnal Derema.10(1):22-60.
- Silalahi, U. 2012. *Metode Penelitian Sosial, edisi ke-3*. Bandung: PT. Reflika Utama.
- Silalahi, U. 2015. *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Singarimbun, M. dan Sofian, E. 1995. *Metode Penelitian Survey*. Jakarta.
- Sophia. 2008. *Prilaku Organisasi*. Yogyakarta:Penerbit Andi
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutrisno, E. 2009.*Komunikasi Dalam Organisasi*. Jakarta:KENCANA.
- Umar, H.2005.*Metode Riset Organisasi*, Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Widjaja, P. D. 2000. *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi*. Jakarta: Rineke Cipta.
- Zamhuri. 2011. *Hukum & Ancaman Keberlangsungan Industri Rokok*. Kudus: Perpustakaan Nasional.