

Pengaruh Gaya Komunikasi Dan Gaya Kepemimpinan Terhadap Loyalitas Barista Coffe Shop Medan

Syakya Maulida^{1*}, Muhammad Latief Ilhamy Nasution², Aqwa Naser Daulay³
^{1,2,3} Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Correspondence: syakyamaulida9@gmail.com

Received: 1 Juli, 2024 | Revised: 2 Agustus 2024 | Accepted: 7 Agustus, 2024

Keywords:

Barista Loyalty;
Communication
Style; Leadership
Style

Abstract

The study aim to know are there communication style and leadership style affect the loyalty of baristas in Medan coffee shops. The baristas in Medan City were the subjects of this study. The Associative Qualitative Method is the research technique employed; samples must fulfill the study specifications and have a minimum sample size of thirty respondents (Sugiyono, 2018: 138). Based on the data obtained from the distributed questionnaires, it results in a communication style that has a positive effect on barista loyalty. However, leadership style has no effect on barista loyalty.

Kata Kunci:

Gaya
Kepemimpinan;
Gaya Komunikasi;
Loyalitas Barista.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adakah gaya komunikasi dan gaya kepemimpinan berpengaruh terhadap loyalitas barista di kedai kopi Medan. Para barista di Kota Medan menjadi subjek penelitian ini. Metode Kualitatif Asosiatif adalah teknik penelitian yang digunakan; sampel harus memenuhi spesifikasi penelitian dan mempunyai jumlah sampel minimal tiga puluh responden (Sugiyono, 2018:138). Berdasarkan data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner menghasilkan gaya komunikasi berpengaruh positif terhadap loyalitas barista. Namun gaya kepemimpinan tidak berpengaruh terhadap loyalitas barista.

PENDAHULUAN

Salah satu peranannya SDM dalam kehidupan yaitu bisnis perusahaan, karena personalia merupakan pelaku berperan sebagai inisiator, pengambil keputusan bagi kelangsungan hidup perusahaan. Sumber daya manusia baik adalah orang-orang yang selalu berfikir kedepan, biasanya selalu positif, terbuka, berperilaku teladan dan memiliki keterampilan, kemampuan dan keahlian yang memenuhi kebutuhan berbagai industri, dan tentunya bernilai. Bisnis coffe shop merupakan etensi bisnis yang sangat berkembang pada saat ini. Siapapun bisa menjual berbagai jenis kopi jika orang tersebut mengerti takaran dan pembuatan kopi yang nikmat. Bisnis ini juga bisa dibangun oleh orang yang tidak mengerti kopi tapi memiliki daya tarik bisnis kopi. Orang tersebut hanya perlu mencari seseorang yang memiliki keahlian dalam meracik kopi yang biasanya disebut dengan barista. Menurut (Wachadjiono dan Jaeroni, 2021), barista adalah orang perseorangan atau sekelompok orang yang mempunyai kompetensi atau keahlian yang diperlukan untuk menunjang berjalannya usaha kedai kopi. Keahlian tersebut meliputi kemampuan menyediakan berbagai minuman kopi berkualitas, menceritakan kisah cita rasa tinggi, dan memberikan pelayanan. (Hamdan 2020). Minuman kopi produksi Barista yang berkualitas berpotensi menggugah rasa penasaran pelanggan.

Coffe Shop yang ada di Medan seperti Big Papa, Aceh Corner, Cahari Coffe, Kopi Titi Salam, Rum Coffe, Simpang Rumah, Warung Tas Coffe dan masih banyak lagi, dimana kehadiran coffe shop diatas menggambarkan bahwa perkembangan bisnis kopi ini tidak main-main. Oleh karena itu seorang pemilik coffe shop harus pandai melakukan pemilihan barista yang memiliki daya rasa pembuatan kopi yang menarik pelanggan. Pemilik coffe shop juga harus memperhatikan hal-hal yang mempengaruhi loyalitas seorang barista. Loyalitas ini harus ditanamkan kepada seorang barista, karena barista merupakan pengaruh paling kuat dalam menarik atau mempertahankan pelanggan yang selaras dengan pendapatan bisnisnya.

Loyalitas adalah pandangan luar biasa karyawan terhadap tempat kerjanya. Pekerja yang berdedikasi tinggi mampu bertindak demi kepentingan terbaik majikannya dan juga kepentingannya sendiri. Loyalitas seseorang terhadap pekerjaan, jabatan, dan Menurut (Hasibuan, 2014), salah satu unsur penilaian pegawai adalah organisasi. Seberapa berdedikasi seorang karyawan terhadap perusahaan ditentukan oleh seberapa besar mereka akan mempertahankan perusahaan dari bahaya luar, baik di dalam maupun di luar tempat kerja. Pengabdian dapat diartikan sebagai komitmen seseorang terhadap sesuatu, meliputi aspek fisik dan non fisik seperti gagasan dan perhatian. Loyalitas karyawan sangat penting bagi keberhasilan organisasi karena secara langsung mempengaruhi kinerjanya. Menurut (Sudiman, 2003), loyalitas kerja adalah kesediaan pekerja untuk mencurahkan seluruh waktu, tenaga, dan kemampuannya untuk membantu perusahaan mencapai tujuannya, menjaga rahasia dagangnya, dan menahan diri untuk tidak bertindak yang dapat merugikan perusahaan. padahal mereka masih dianggap sebagai pekerja.

Di sinilah tanggung jawab dan posisi sebenarnya seorang pemimpin berperan; Sikap, pilihan, dan perbuatan seorang pemimpin tentu mempunyai dampak yang signifikan terhadap

persoalan ini. Selain pemimpin, komunikasi yang efektif juga berperan penting dalam menjaga loyalitas karyawan. Dalam hal aktivitas kerja yang konstruktif, perilaku dan komunikasi seorang pemimpin menentukan standar bagi karyawan. Hal ini meningkatkan semangat kerja, mengarah pada kepuasan kerja, dan bahkan menumbuhkan loyalitas karyawan. Dengan demikian, loyalitas karyawan sangat dipengaruhi oleh gaya kepemimpinan dan komunikasi perusahaan, baik yang menguntungkan maupun yang tidak. (Hasibuan, 2014) menjelaskan kepemimpinan sebagai kemampuan untuk membujuk orang. Bawahan dalam hal ini adalah seperti itu, meskipun ada ketidaksetujuan pribadi dari pemimpinnya, bawahannya siap untuk melaksanakan keinginannya.

“Wahai orang-orang yang beriman! Taatilah Allah dan taatilah Rasul (Muhammad), dan Ulil Amri (pemegang kekuasaan) di antara kamu. Kemudian, jika kamu berbeda pendapat tentang sesuatu, maka kembalikanlah kepada Allah (Al-Qur'an) dan Rasul (sunnahnya), jika kamu beriman kepada Allah dan hari kemudian.” (QS An-Nisa' Ayat 59)

Pada surah diatas menjelaskan bahwa kita wajib mematuhi pemimpin yang ada disekitar kita. Baik berupa perkataan, permintaan, keputusan masalah serta pengambil tindakan. Namun, jika kita mengalami kesulitan dalam hal-hal tersebut kita dapat mengembalikannya kepada Allah Subhanahu waTa'ala. Jika seorang Ulil Amri atau pemimpin disekitar kita mengarahkan kejalan yang kurang benar atau bahkan kedalam jalan yang maksiat kita tidak boleh patuh dan tunduk. Intinya jika hal tersebut demi kebaikan dan kebenaran kita bisa mengikuti pemimpin tersebut.

“Orang-orang yang kamu cintai dan yang membalas cintamu adalah pemimpin yang terbaik,” kata Rasulullah Sallallahu ‘alaihi wa sallam. Mereka yang membencimu dan mereka juga membencimu, lalu kamu mengutuk mereka dan mereka mengutukmu, adalah pemimpin yang paling buruk.” (HR Muslim)

Hadist diatas menjelaskan perilaku saling mencintai merupakan sikap paling dianjurkan dalam hal kepemimpinan. Hadist tersebut juga sangat melaknat perilaku saling membenci baik berupa atasan kepada bawahan maupun bawahan kepada atasan. Berdasarkan penelitian (Subkhi dan Jauhar, 2019), menyatakan bahwa komunikasi organisasi mengacu pada pertukaran pesan antara kelompok resmi dan informal dalam suatu organisasi. Informasi mengalir sebagai hasil dari transmisi komunikasi dan pertukaran informasi. Untuk mencapai tujuan organisasi, komunikasi juga harus terorganisir. Berdasarkan penelitian terdahulu dari (Ahmad Husaini, 2021), menyatakan bahwa komunikasi yang baik adalah dengan menyampaikan pesan secara lugas dan efektif serta memperhatikan intonasi, kondisi serta posisi. Dalam islam diajarkan berkomunikasi dengan lemah lembut, jauh dari pemaksaan dan permusuhan. Seperti yang dituliskan didalam Qur'an Surah Al-'Imran ayat 159 sebagai berikut :

“ Maka berkat rahmat Allah engkau (Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekitarmu. Karena itu maafkanlah mereka mohonkanlah ampun dengan mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka urusan itu. Kemudian engkau telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sungguh, Allah mencintai orang yang bertawakkal.”

Pada surah Al-‘Imran diatas juga menjelaskan bahwa sebaik-baiknya komunikasi yang baik adalah memutuskan suatu perkara dengan cara bermusyawarah. Dimana musyawarah ini memiliki arti menyatukan pendapat yang berbeda perihal suatu permasalahan dengan cara mengujinyan dari berbagai pendapat untuk memperoleh hasil akhir yang paling baik dan benar (Supriyanto 2010).

METODE

Penelitian kuantitatif asosiatif digunakan dalam penelitian ini. Barista yang bekerja di coffe shop disurvei menggunakan kuesioner. Sugiyono (2019:65) mendefinisikan penelitian asosiatif sebagai proses merumuskan pertanyaan penelitian yang mengeksplorasi keterkaitan antara dua variabel atau lebih. penelitian ini menggunakan metodologi penelitian asosiatif untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi. Berdasarkan sumber tersebut, penulis mengumpulkan data untuk penelitian ini. Sugiyono (2018:213) membedakan dua kategori pengumpulan data, yaitu sumber primer dan sekunder, tergantung sumbernya. *Skala Likert* merupakan teknik untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi masyarakat terhadap fenomena sosial, menurut Sugiyono (2019:146). Kuesioner penelitian menggunakan *skala likert*.

No	Jawaban	Kode	Nilai Skor
1	Sangat Setuju	SS	4
2	Setuju	S	3
3	Tidak Setuju	TS	2
4	Sangat Tidak Setuju	STS	1

Populasi menurut definisi peneliti adalah sekelompok objek atau individu dengan kualitas dan karakteristik tertentu yang dipilih untuk dianalisis lebih lanjut dan dikembangkan hasilnya. Para barista yang bekerja di Kedai Kopi Medan akan menjadi populasi penelitian. Dengan menggunakan teknik purposive sampling, strategi pengambilan sampel memilih berapa banyak sampel yang akan diperiksa dengan mendapatkan sampel berdasarkan parameter yang telah ditentukan dan memenuhi persyaratan yang diperlukan yaitu 10% dari jumlah populasi (Sugiyono, 2018:138). Sugiyono mengatakan, jumlah sampel antara 31 orang yang digunakan dalam penelitian ini.

Aplikasi SPSS (*Statistics application For Social Science*) versi 24.0 digunakan pada komputer untuk mengolah data penelitian ini guna memperoleh hasil komputasi yang benar serta menyederhanakan, mempercepat, dan meningkatkan kualitas pengolahan data. Teknik

analisis data statistik diperiksa dan disesuaikan dengan tujuan penelitian. Dalam penelitian ini digunakan dua metode statistik untuk analisis data: pengujian hipotesis simultan dan pengujian hipotesis berganda-parsial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Deskriptif

Temuan penelitian pada bagian ini merupakan produk pengujian penulis terhadap data kuesioner yang dikumpulkan. Validitas dan ketergantungan adalah dua aspek pengujian data yang dilakukan untuk memastikan penulis tidak salah menggambarkan skenario sebenarnya. Penulis menggunakan SPSS v.24 untuk menguji validitas dan reliabilitas temuan untuk memastikan keakuratan hasil pengujian. Tiga puluh satu barista yang bekerja di kedai kopi berbeda di Kota Medan menjawab survei tersebut. Usia dan masa kerja sebagai barista merupakan dua (dua) komponen hasil analisis deskriptif.

Dua puluh responden berusia di bawah 24 tahun, sedangkan sebelas lainnya berusia antara 25 dan 32 tahun. Dari responden, 11 orang telah bekerja sebagai barista kurang dari setahun, dan 20 orang telah bekerja lebih dari setahun. Informasi ini didasarkan pada lamanya masa kerja tiap responden.

2. Uji kualitas data

a. Uji validitas

Berdasarkan SPSS versi 24.00, nilai r yang dihitung menentukan syarat uji validitas. Ghozali (2018) mendapatkan nilai r_{tabel} sebesar 0,367 berdasarkan pengujian yang dilakukan terhadap 31 responden, $df = 30 - k = 28$, dan $\alpha = 5\%$. Metode berikut akan digunakan untuk membandingkan nilai r yang dihitung dengan nilai r_{table} :

Dua puluh tiga soal merupakan variabel Gaya Komunikasi (X_1), dan nilai koefisien temuan uji validitas menunjukkan nilai r taksiran $> 0,367$ (r_{tabel}) yang menunjukkan validitas kedua puluh tiga soal. Berdasarkan hasil uji validitas variabel Gaya Kepemimpinan (X_2) dari 11 (sebelas) pertanyaan diperoleh nilai estimasi $r > 0,367$ (r_{tabel}). Hal ini menunjukkan bahwa 11 (sebelas) pertanyaan untuk variabel Gaya Kepemimpinan adalah valid. Dua belas (dua belas) pertanyaan terdiri dari variabel Loyalitas (Y); Nilai koefisien korelasi temuan uji validasi menunjukkan nilai r taksiran $> 0,367$ (r_{tabel}) yang menunjukkan validitas kedua belas (dua belas) soal. Semua temuan uji reliabilitas variabel dianggap dapat dipercaya karena nilai Cronch Alpha-nya lebih tinggi dari 0,70. Variabel yang berhubungan dengan gaya komunikasi (0,752), gaya kepemimpinan (0,749), dan loyalitas (0,765) mempunyai nilai Cronch Alpha sebesar.

b. Uji Reliabilitas

Tujuan dari analisis yang andal adalah untuk mengidentifikasi satu variabel yang secara akurat mewakili suatu konstruk atau indikator. Apabila suatu koefisien determinasi

mempunyai Cronbach Alpha (α) lebih besar dari 0,6 maka dianggap reliabel (Ghozali, 2018). Hasil analisis data dengan menggunakan SPSS 24.00 adalah sebagai berikut :

Tabel 1
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Konstanta	Reliabilitas
Variabel Loyalitas (Y)	0,765	0,6	Reliable
Gaya Komunikasi (X1)	0,752	0,6	Reliable
Gaya Kepimpinan (X2)	0,749	0,6	Reliabel

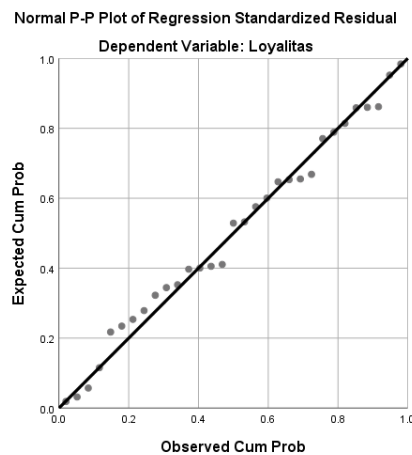
Dari uji reliabilitas Cronbach alpha, seluruh variabel penelitian dianggap reliabel karena Cronbach alpha kurang dari 0,06. Oleh karena itu, hasil penelitian menunjukkan bahwa alat ukur ini mempunyai pengujian yang reliabel dan dapat digunakan sebagai alat ukur.

3. Uji asumsi klasik

Mengkaji hipotesis tradisional dengan software SPSS 24.00

a. Uji Normalitas

Tujuan pengujian normalitas adalah untuk mengetahui apakah suatu variabel berkorelasi dan stabil dalam model berdistribusi normal atau tidak (Ghozali, 2018). Pengujian data menggunakan grafik Normal Probability Plot merupakan salah satu metode untuk menentukan normalitas suatu data. Data tampak normal ketika menampilkan pola kursor pada grafik. Data akan berdistribusi normal jika nilai pada tabel normalitas Kolmogorov-Smirnov lebih besar atau sama dengan 0,05.



Sumber : Data diolah SPSS v.24 (2024)

Sebaran data sisa pada grafik P-P plot normal tidak mendekati garis normal (garis lurus). Uji Kolomorov Smirnov digunakan untuk menguji ulang data sisa guna memastikan

masih memenuhi asumsi kenormalan. Demikian hasil pengujian yang diperoleh dengan SPSS 24.00 :

Tabel 2
Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		31	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	2.83828880	
Most Extreme Differences	Absolute	.080	
	Positive	.076	
	Negative	-.080	
Test Statistic		.080	
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) Sig.		1.000 ^e	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.862
		Upper Bound	1.000

- a. Normal test distribution
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is the lower limit of the true meaning.
- e. Berdasarkan 31 tabel sampel dengan benih awal 2000000.

Sumber : Data diolah SPSS v.24 (2024)

Dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov kita dapat menentukan bahwa semua variabel berdistribusi normal jika tanda mean (Monte Carlo Sig.) adalah 1. Jika nilai signifikansinya kurang dari 0,05 maka parameter yang bersangkutan juga normal.

b. Uji Multikoloniaritas

Tujuan dari analisis multikoloniaritas ialah untuk mengetahui apakah model regresi mampu mendeteksi adanya korelasi variabel independen (Ghozali, 2018). Pemodelan regresi yang efektif ditandai dengan variabel independen yang tidak menunjukkan skewness. Faktor deviasi inflasi (VIF) atau indeks toleransi digunakan dalam penelitian ini untuk mengurangi multikoloniaritas. Multikoloniaritas tidak akan terjadi jika VIF berada di antara atau sama

dengan 10. Jika VIF mendekati atau sama dengan 10 maka data menunjukkan adanya multikolinearitas.

Tabel berikut menunjukkan nilai toleransi atau VIF yang dihitung dengan aplikasi SPSS 24.00 for Windows :

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Correlations			Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta	T	Sig.	Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1 (Constant)	6.352	5.152		1.233	.228					
Gaya Komunikasi	.346	.117	.616	2.950	.006	.784	.487	.341	.305	3.276
Gaya Kepemimpinan	.225	.234	.201	.962	.344	.715	.179	.111	.305	3.276

a. Dependent Variable: Loyalitas Barista

Sumber : Data diolah SPSS v.24 (2024)

Dari tabel diatas nilai toleransi pada variabel komunikasi (X1) dan tekanan teman sebaya (X2) lebih dari 0,10 atau berkisar 0,305. Sebaliknya VIF variabel-variabel tersebut di atas hanya sedikit di atas 10 yaitu 3,276 untuk X2 dan X1. Mengingat toleransi masing-masing variabel independen lebih dari atau sama dengan 0,10 dan faktor variansnya sekitar 10, maka dari hasil peluang di atas terlihat tidak terdapat korelasi yang signifikan antara variabel X2 dengan variabel kepemimpinan X1. dan komunikasi. Dengan demikian bisa disimpulkan bahwa model regresi variabel independen tidak mengandung multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari uji heteroskedastisitas adalah untuk memahami adanya variasi non-linier antara sisa observasi suatu observasi dengan observasi lainnya dalam suatu model regresi tertentu (Ghozali, 2018). Model regresi yang menunjukkan homoskedastisitas atau tidak terdapat heteroskedastisitas seringkali tidak dapat diinterpretasikan. Uji Glejser merupakan instrumen yang digunakan untuk mengetahui apakah heteroskedastisitas benar-benar ada. Jika terdapat perbedaan yang signifikan secara statistik antara variabel independen dan dependen, maka heteroskedastisitas ditentukan dengan menggunakan pendekatan Glejser. Sebaliknya heteroskedastisitas tidak dapat teratasi jika variabel independen tidak mempunyai pengaruh yang signifikan secara statistik terhadap variabel dependen. Hal ini dijelaskan oleh potensi yang signifikan di atas tingkat kepercayaan 5%. (Ghozali (2018) Hasil analisis data menggunakan SPSS 24.00 ditampilkan pada tabel di bawah ini :

Tabel 4
Uji heteroskedastisitas

Model	Coefficients ^a						Collinearity Statistics	Tolerance	VIF
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.			
	B	Std. Error	Beta						
1									
	(Constant)	-2.325	2.998		-.775	.445			
	Gaya Komunikasi	.075	.068	.359	1.097	.282	.305	3.276	
	Gaya Kepemimpinan	.035	.136	-.083	-.254	.802	.305	3.276	

Sumber : Data diolah SPSS v.24 (2024)

Berdasarkan uji Glejser secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengandung heteroskedastisitas karena tingkat signifikansi komunikasi (X1) dan kepemimpinan (X2) sama yaitu kurang dari 0,05 atau masing-masing berkisar 0,282 dan 0,802.

Pengujian Regresi Linier Berganda

Menemukan ada tidaknya hubungan linier antar variabel. Biasanya, analisis korelasi atau regresi linier memerlukan uji linearitas sebagai prasyarat. Hasil pengujian regresi linier berganda menunjukkan mengapa variabel Loyalitas Barista dipengaruhi secara signifikan oleh gaya kepemimpinan dan komunikasi. Analisis data pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisis regresi garis berganda dengan menggunakan SPSS 24.00 for Windows. Pengujian masing-masing variabel sebagaimana di bawah ini :

Tabel 5.
Hasil regresi linear berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Correlations			Collinearity Statistics			
	B	Std. Error	Beta	T	Sig.	Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF	
1	(Constant)	6.352	5.152		1.233	.228					
	Gaya Komunikasi	.346	.117	.616	2.950	.006	.784	.487	.341	.305	3.276

Gaya Kepemimpinan	.225	.234	.201	.962	.344	.715	.179	.111	.305	3.276
----------------------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	-------

a. Dependent Variable: Loyalitas Barista

Sumber : Data diolah SPSS v.24 (2024)

Terdapat rumus regresi berganda linier berdasarkan pemahaman bersama sebagai berikut:
 $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$, sehingga diperoleh permutasi sebagai berikut:

persamaan : $Y = 6,352 + 0,346X_1 + 0,225X_2$

Rangkuman dari regresi linier berganda diatas adalah sebagai berikut:

- Variabel loyalitas barista didasarkan pada nilai konstanta (a) sebesar 5,524 ketika variabel komunikasi, kepemimpinan, dan variabel lain yang sejenis semuanya sama dengan nol.
- Dengan asumsi variabel komunikasi diperoleh koefisien determinasi regresi variabel komunikasi (b1) sebesar 0,346% yang menunjukkan adanya pengaruh signifikan variabel komunikasi terhadap variabel loyalitas barista. Hal ini menunjukkan bahwa jika variabel gaya komunikasi menjadi faktor yang hanya mempengaruhi satu nilai saja, maka estimasi variabel loyalitas barista akan meningkat sekitar 0,346%.
- Berdasarkan variabel komunikasi, nilai koefisien determinasi regresi variabel loyalitas teman sebaya (b2) yaitu sebesar 0,225 menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara variabel teman sebaya dengan variabel barista. Hal ini menunjukkan bahwa jika terdapat variabel komunikasi, maka nilai ekspektasi variabel loyalitas sebesar 0,225 satuan nilai jika variabel kepemimpinan meningkat sebesar 1 satuan nilai.

A. Analisis Koefisien Korelasi Berganda (R) dan Koefisien Determinasi (R).

Menghitung Beberapa Koefisien Korelasi Analisis koefisien digunakan untuk mengetahui arah hubungan dan besarnya pengaruh yang dimiliki masing-masing variabel. Berikut tampilan Ringkasan Model di bawah ini :

Tabel 6
Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.792 ^a	.627	.600	2.938	.627	23.519	2	28	.000

a. Predictors: (Constant), Gaya Kepemimpinan, Gaya Komunikasi

b. Dependent Variable: Loyalitas Barista

Sumber : Data diolah SPSS v.24 (2024)

Variabel pada tabel di atas yaitu loyalitas barista (Y), gaya kepemimpinan (X2), dan gaya komunikasi (X1), mempunyai uji koefisien korelasi (R) sebesar 0,792; namun, nilai R kuadrat yang disesuaikan adalah 0,600, atau 60%. Hal ini menunjukkan bahwa gaya komunikasi dan kepemimpinan menyumbang 60% variasi dalam loyalitas barista; karakteristik yang tidak dimasukkan dalam model ini atau tidak diselidiki dengan baik menyumbang 40% (100% – 60%) lainnya.

1. Uji hipotesis

Tabel 7
Uji t parsial

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1						
	(Constant)	6.352	5.152		1.223	.228
	Gaya Komunikasi	.346	.117	.616	2.950	.006
	Gaya Kepemimpinan	.225	.234	.201	.962	.344

a. Dependen variabel : loyalitas

Sumber : Data diolah SPSS v.24 (2024)

1. Uji Hipotesis Pengaruh Gaya Komunikasi Terhadap Loyalitas Barista

Keunggulan pengujian hipotesis secara statistik dapat diringkas sebagai berikut:

- 1) Hipotesis ditolak jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} > -t_{tabel}$ atau nilai Sig > 0,05.
- 2) Dalam hal Sig. < 0,05, $t_{hitung} > t_{tabel}$, atau $-t_{hitung} < -t_{tabel}$, pertimbangkan hipotesis ini.

Tabel 7 menampilkan angka thitung sebesar 2,950. Nilai tabel sebesar 2,045 dengan $\alpha = 5\%$, t_{tabel} (5%; n-k = 29). Tingkat signifikansinya berkisar $0,006 < 0,05$, dan fakta bahwa t_{hitung} (2,950) > t_{tabel} (2,045) terlihat dari teks di atas. Dengan demikian, hipotesis pertama adalah bahwa berbagai bentuk komunikasi mempunyai dampak negatif terhadap manusia. Barista Pengabdian.

2. Uji Hipotesis Pengaruh Gaya Kepemimpinan Terhadap Loyalitas Barista

Berikut ekspresi bentuk pengujian hipotesis statistik:

- 1) Hipotesis ditolak jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, $-t_{hitung} > -t_{tabel}$, atau nilai Sig > 0,05.
- 2) Menerima hipotesis jika Tanda Tangan. < 0,05, $t_{hitung} > t_{tabel}$, atau $-t_{hitung} < -t_{tabel}$.

Berdasarkan Tabel 7 diperoleh nilai t hitung sebesar 0,962. Dengan $\alpha = 5\%$ dan t tabel (5%; n-k = 29), diperoleh nilai t tabel sebesar 2,045. Penjelasan tersebut memperjelas nilai signifikansi sebesar 0,344 serta fakta bahwa t_{hitung} (0,962) < t_{tabel} (2,045). Jika tingkat

signifikansi kurang dari 0,05 maka hipotesis kedua ditolak yang menyatakan bahwa gaya kepemimpinan tidak berpengaruh terhadap loyalitas barista.

KESIMPULAN

Berdasarkan temuan penelitian dan analisis tentang bagaimana metode dan gaya komunikasi mempengaruhi loyalitas barista kedai kopi di Medan pada bab sebelumnya, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut yaitu Pertama, Loyalitas barista Coffe Shop Medan tidak dipengaruhi oleh gaya kepemimpinan dan komunikasi secara bersama-sama. Kedua, Pendekatan komunikasi Barista Coffee Shop Medan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggannya. Hasilnya, hipotesis pertama yaitu pengaruh gaya kepemimpinan terhadap loyalitas barista diterima. Ketiga, Loyalitas barista kedai kopi di Medan tidak dipengaruhi oleh gaya kepemimpinan yang digunakan. Hasilnya, hipotesis kedua terbantahkan yang menunjukkan bahwa loyalitas barista tidak dipengaruhi oleh gaya kepemimpinan.

DAFTAR RUJUKAN

- Akbarina, F. (2018). *Pengantar Bisnis: Pengantar Bisnis* (Vol. 1). UPT Percetakan dan Penerbitan Polinema.
- Ardiansyah, N., & Andriyani, A. (2019). *Pengaruh Kompensasi Finansial dan Gaya Kepemimpinan Terhadap Motivasi dan Kinerja Karyawan (Studi Pada Bank Jatim Cabang Bojonegoro)*. Diponegoro Journal of Management, 8(3), 98-112.
- ASMI, I. (2019). *Tinjauan Etika Bisnis Islamdala Meningkatkan Loyalitas Pelangganpusat Kulinerdi Jalan Tondongkacamatan Sinjai Utara* (Doctoral dissertation, INSTITUT AGAMA ISLAM MUHAMMADIYAH SINJAI).
- Asriandi, Asriandi, Mursalim Umar Gani, and A. M. Hasbi (2018). "Pengaruh budaya organisasi dan lingkungan kerja terhadap loyalitas karyawan serta dampaknya terhadap kinerja karyawan PT. Industri Kapal Indonesia (Persero) Makassar." JEMMA (Journal of Economic, Management and Accounting) 1.2: 1-13.
- Azwa, Rusmadi, and Putri Wulandari (2019). *Gaya Komunikasi Pimpinan dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan pada PT. White And Blue di Pekanbaru*. Diss. Riau University,.
- Bin Abdul Hamid, Syamsul, Binti Ismail, Aziah; Zaharudin, Rozniza (2021). *Kepimpinan teknologi guru besar sekolah rendah harian: satu kajian rintis di Kedah*. JuPiDi: Jurnal Kepimpinan Pendidikan, 8.3: 38-54.
- Dharmawan, Muhammad Fakhri, Teguh Priyo Sadono, and M. Kendry Widiyanto (2023). "Pengaruh Komunikasi Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai Pada Dinas Komunikasi dan Informatika Daerah Istimewa Yogyakarta." SEMAKOM: SEMINAR NASIONAL MAHASISWA KOMUNIKASI. Vol. 1. No. 2.
- Endang, Esther, Dwi Lestari, Sri Langgeng Ratnasari (2018), Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Riau Kepulauan, And Batam Indonesia. "Pengaruh Konflik Interpersonal, Beban Kerja, Dan Komunikasi Terhadap Stres Kerja Karyawan Pt. Viking Engineering Batam." Trias Politika 2 (2): 27-41.
- HAMDAN, Dani, SASRA (2020), Andika Ajie. *A to Z Memulai dan Mengelola Usaha Kedai Kopi*. AgroMedia,

- Hutagalung, I., & Ritonga, R. (2018). *Pengaruh Iklim Komunikasi dan Komitmen Organisasi Terhadap Kepuasan Kerja Pegawai Kecamatan XYZ Bekasi*. *JurnalKajian Komunikasi*, 6(2), 204.
- Imron, I. (2019). *Analisa pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen menggunakan metode kuantitatif pada CV. Meubele Berkah Tangerang*. *Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE)*, 5(1), 19-28.
- Jaeroni, A., & Wachdijono, W. (2023). *PENGARUH BARISTA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN COFFEE SHOP*. In *Prosiding Seminar Nasional Hasil Penelitian Agribisnis* (Vol. 7, No. 1, pp. 109-117).
- JUWITA, Kristin; SE MM & UMI KHALIMAH, S. M (2021). *Konsep dasar membangun loyalitas karyawan jilid II*. CV Literasi Nusantara Abadi.
- Kurniawan, Y., Pratiwi, F., & Yogatama, A. (2023). *Pelatihan Deteksi Dini Gangguan Depresi untuk Meningkatkan Pengetahuan Asesmen Kasus Depresi Pada Konselor Komunitas Psikologi Berbagi*. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat Indonesia*, 2(1), 43-52.
- Melinda Christina Sinaga, Oktavianti Dan Rahman Hasibuan. (2017). *"Analisa Gaya Kepemimpinan DanKomunikasi Dalam Meningkatkan Prestasi Kerja Pada Pt Barelang Maritime Training Center"* 4 (2):1–34
- Miles, H., & Huberman, A. M. Saldana.(2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook*, 3.
- Naja, H. D. (2004). *Manajemen fit & proper test*. Pustaka Widyatama.
- Nitisemito, A.S. (2010). *Manajemen Personalialia (Manajemen Sumber Daya Manusia)*. Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Purwito. (2010). *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Rineka Cipta, Jakarta
- Rifai, Ahmad Bahtiar.(2022) *"IMPLEMENTASI KEPEMIMPINAN TRANSFORMASIONAL TERHADAP PRODUKTIVITAS DAN EFEKTIVITAS MADRASAH (Studi Komparatif di MAN 1 Tangerang dan MAN 2 Tangerang)." Jurnal Inovasi Penelitian* 3.3: 5157-5168.
- Rozalena, Agustin, and Sri Komala Dewi (2016). *Panduan praktis menyusun dan pelatihan karyawan pengembangan karier*. Raih Asa Sukses.
- Ruliana, Poppy. (2014). *Komunikasi Organisasi: Teori dan Studi Kasus*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada
- Satori, D. dan Komariah, A. (2009). *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: Alfabeta C.V. UMAR, Husen.
- Soegoto, I. H. E. S. (2017). *Tren kepemimpinan kewirausahaan dan manajemen inovatif di era bisnis modern*. Penerbit Andi.
- Subkhi, Moh. , A. J. (2013). *Pengantar Teori dan Perilaku Organisasi*. Prestasi Pustaka.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Alfabeta, Bandung.
- Sutrisno. (2011). *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Kencana, Jakarta.
- WANUNNAHAR, Die (2020). *Gaya Kepemimpinan Dan Motivasi Terhadap Kinerja Agen Asuransi Di PT. Bumiputera Muda 1967 Cabang Medan*. PhD Thesis. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara