

Pengaruh Kepemimpinan Autentik Dan Komunikasi Organisasi Terhadap Komitmen Afektif Pengurus Himaprodi Manajemen Dengan Motivasi Intrinsik Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Pengurus Himpunan Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang)

Dhea Wahyu Nur Sejati ^{*)}

Khalikussabir ^{)}**

Sulton Sholehuddin ^{*)}**

Email: dheawahyunursejati@gmail.com

Universitas Islam Malang

Abstract

This study aims to analyze the influence of authentic leadership and organizational communication on the affective commitment of Management Student Association (Himaprodi) members at Universitas Islam Malang, with intrinsic motivation as a mediating variable. This research employed a quantitative approach using an explanatory research design. The population consisted of 104 members, all of whom were selected as respondents through a saturated sampling technique. Data were collected through questionnaires and analyzed using Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) with SmartPLS 4. The results indicate that authentic leadership and organizational communication have a positive and significant effect on intrinsic motivation and affective commitment. Intrinsic motivation also has a positive and significant effect on affective commitment. Furthermore, intrinsic motivation mediates the effects of authentic leadership and organizational communication on affective commitment. These findings suggest that improving authentic leadership and organizational communication can strengthen members' affective commitment through enhanced intrinsic motivation.

Keywords: *Authentic Leadership, Organizational Communication, Intrinsic Motivation, Affective Commitment.*

Pendahuluan

Secara fundamental, entitas organisasi merupakan tatanan sosial terstruktur tempat berhimpunnya sekumpulan individu untuk secara kolektif merealisasikan target tertentu (Robbins & Judge, 2022). Keberhasilan pencapaian target organisasi sangat digantungkan pada peranan sumber daya manusia (SDM) sebagai poros utama, mengingat besarnya daya dorong yang disumbangkan secara perseorangan maupun kelompok (Febrina & Rahmat, 2024). Kendati demikian, munculnya defisit antusiasme, lemahnya pemahaman keorganisasian, serta minimnya partisipasi aktif berpotensi merintangi efektivitas serta kelancaran pemenuhan program kerja.

Hambatan operasional semacam ini menjadi tantangan nyata pada wadah kemahasiswaan seperti Himpunan Mahasiswa Program Studi (Himaprodi) Manajemen Universitas Islam Malang. Struktur ini menaungi 104 pengurus yang terdistribusi ke dalam Badan Pengurus Harian (BPH) beserta lima bidang kerja, yakni *Human Resource* (HR), *Research and Development* (RnD), *Public Relation* (PR), *Creative* (CR), dan *Entrepreneur* (ETP). Pada praktiknya, Himaprodi Manajemen dihadapkan pada kendala berupa rendahnya keikutsertaan anggota, ketidakajegan pelaksanaan program, hingga kemunculan *organizational fatigue* pada jajaran pengurus tertentu. Gejala ketidakaktifan yang mendadak hingga pengunduran diri pengurus kerap kali mengindikasikan penurunan komitmen afektif

yakni variabel komitmen paling mendasar yang mencerminkan kedekatan emosional serta proses identifikasi diri individu terhadap lembaganya (Semedo et al., 2019a).

Dinamika pergantian struktur kepengurusan di tiap kepemimpinan memicu perbedaan gaya kepemimpinan serta pola penyampaian informasi, yang kerap menimbulkan keraguan dan mengikis tingkat kepercayaan kepada jajaran pimpinan. Pendekatan kepemimpinan autentik, yang mencakup *self-awareness*, *relational transparency*, *balanced processing*, serta *internalized moral perspective* (Walumbwa et al., 2008), dipandang mampu membangun interaksi internal yang jujur, transparan, dan berlandaskan etika. Di samping pola kepemimpinan, alur komunikasi organisasi sebagai jejaring pertukaran pesan interaktif antaranggota (Siregar et al., 2021) mempunyai peranan vital bagi keharmonisan interaksi internal. Hambatan komunikasi berisiko memunculkan marginalisasi emosional pengurus, yang berujung pada erosinya dorongan kerja.

Mengingat statusnya sebagai institusi nirlaba, partisipasi aktif fungsionaris Himaprodi Manajemen tidak dilandasi oleh insentif finansial, melainkan bergantung pada motivasi intrinsik, yaitu dorongan internal diri yang terbebas dari rangsangan eksternal (Sucipto, 2021). Pemberian ruang berkreasi, kesempatan pengembangan keahlian, serta rasa diterima dalam komunitas yang solid akan mengeskalisasi motivasi intrinsik, yang selanjutnya menumbuhkan keterlibatan secara berkelanjutan.

Landasan empiris terdahulu memberikan rujukan teoretis yang relevan; namun, mayoritas studi terdahulu berfokus pada ranah korporasi formal yang mengejar profit, sehingga eksplorasi pada konteks organisasi mahasiswa yang berbasis kesukarelaan dan non-profit masih relatif terbatas. Sisi kebaruan kajian ini terletak pada pengintegrasian *Self-Determination Theory* (SDT) dalam lingkungan entitas kemahasiswaan, dengan memosisikan motivasi intrinsik sebagai jalur perantara psikologis yang memediasi pengaruh kepemimpinan autentik dan komunikasi organisasi terhadap komitmen afektif pengurus. Berdasarkan kondisi tersebut, investigasi mendalam mengenai keterikatan kepemimpinan autentik dan komunikasi organisasi terhadap komitmen afektif pengurus Himaprodi Manajemen melalui perantara motivasi intrinsik menjadi amat krusial untuk dilakukan.

Landasan Teori dan Pengembangan Hipotesis

Grand Theory: Self-Determination Theory

Gagasan *Self-Determination Theory* (SDT) yang dirumuskan oleh Deci dan Ryan (1985; 2000) berdiri sebagai salah satu fondasi teoretis utama untuk membedah perilaku serta pergerakan individu di ranah keorganisasian. Konsep ini mendasarkan pandangannya bahwa manusia memiliki kecenderungan kodrati untuk berkembang dan berfungsi secara optimal sepanjang kebutuhan dasar psikologisnya terakomodasi, yang mencakup *autonomy*, *competence*, dan *relatedness*. Terpenuhinya ketiga elemen mendasar tersebut secara langsung memicu penguatan motivasi intrinsik dalam diri individu.

Komitmen Afektif

Komitmen afektif (*Affective Commitment*) adalah bentuk keterikatan emosional individu, di mana mereka bertahan dalam organisasi karena keinginan sendiri (*want to*), bukan karena paksaan (Meyer & Allen, 1991). Indikator komitmen afektif dalam penelitian ini mengacu pada Meyer dan Allen (1991), yaitu: (1) keterikatan emosional (*emotional attachment*), (2) identifikasi (*identification*), (3) keterlibatan (*involvement*).

Kepemimpinan Autentik

Kepemimpinan autentik (*Authentic Leadership*) adalah gaya kepemimpinan yang berlandaskan pada kejujuran, integritas moral, dan kesadaran diri yang tinggi, yang muncul dari kesadaran diri dan nilai moral internal pemimpin (Avolio & Gardner, 2005). Penelitian ini menggunakan indikator kepemimpinan autentik menurut Walumbwa et al. (2008), yaitu: (1) *self-awareness*, (2) *relational transparency*, (3) *balanced processing*, dan (4) *internalized moral perspective*.

Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi merupakan proses pengiriman dan penerimaan pesan di antara individu atau kelompok dalam suatu organisasi dengan tujuan menciptakan pemahaman, koordinasi, serta kerja sama, baik secara formal maupun informal (Pace & Faules, 2019). Penelitian ini menggunakan indikator komunikasi organisasi menurut Pace & Faules (2019), yaitu: (1) kejelasan pesan (*message clarity*), (2) kelancaran aliran komunikasi (*communication flow*), (3) keterbukaan (*openness*), (4) umpan balik (*feedback*), dan (5) frekuensi komunikasi (*communication frequency*).

Motivasi Intrinsik

Motivasi intrinsik adalah dorongan yang muncul dari dalam diri individu karena kepuasan terhadap kegiatan itu sendiri, bukan karena imbalan materi (Sucipto, 2021). Penelitian ini menggunakan indikator motivasi intrinsik menurut Deci & Ryan (2000), yaitu: (1) *autonomy*, (2) *competence*, (3) *relatedness*.

Hipotesis Penelitian

H1: Kepemimpinan autentik berpengaruh terhadap motivasi intrinsik.

H2: Komunikasi organisasi berpengaruh terhadap motivasi intrinsik.

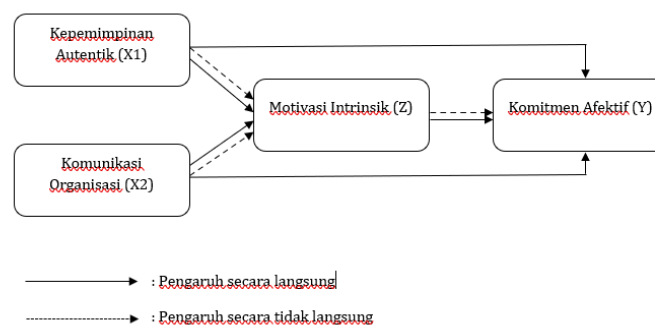
H3: Kepemimpinan autentik berpengaruh terhadap komitmen afektif.

H4: Komunikasi organisasi berpengaruh terhadap komitmen afektif.

H5: Motivasi intrinsik berpengaruh terhadap komitmen afektif.

H6: Kepemimpinan autentik berpengaruh tidak langsung terhadap komitmen afektif melalui motivasi intrinsik.

H7: Komunikasi organisasi berpengaruh tidak langsung terhadap komitmen afektif melalui motivasi intrinsik.



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Metode Penelitian

Pendekatan kuantitatif berdesain *explanatory research* diterapkan dalam pengujian ini guna membuktikan hubungan kausalitas antarvariabel yang dihipotesiskan (Sugiyono, 2019; Sekaran & Bougie, 2017). Pengumpulan data dilaksanakan pada lingkungan pengurus Himaprodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang masa bakti 2024-2025, dalam kurun waktu November 2025 sampai Maret 2026.

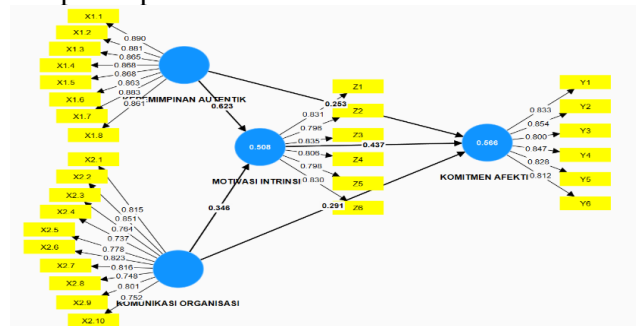
Populasi penelitian mencakup 104 pengurus yang terdistribusi atas 5 orang jajaran BPH, 23 orang divisi HR, 17 orang divisi RnD, 19 orang divisi PR, 17 orang divisi CR, serta 22 orang divisi ETP, berdasarkan Ketetapan Dekan FEB UNISMA Nomor 27/P44/U.08/D/F.05/I/2025. Pendekatan sampel jenuh (*census sampling*) diaplikasikan dalam penentuan instrumen sampel, sehingga seluruh populasi sejumlah 104 fungsionaris ditetapkan sebagai responden (Sugiyono, 2019).

Prosedur pengumpulan data primer memanfaatkan kuesioner digital (Google Form) dengan skala Likert lima opsi, terentang dari gradasi 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju). Struktur

variabel yang diuji meliputi kepemimpinan autentik dan komunikasi organisasi sebagai variabel bebas, motivasi intrinsik selaku variabel perantara, serta komitmen afektif sebagai variabel terikat. Teknik pengolahan data mengandalkan *Partial Least Square-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) menggunakan bantuan SmartPLS 4, yang mencakup pengujian model pengukuran (*outer model*) dan evaluasi model struktural (*inner model*).

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Proses pengumpulan data berhasil menjangkau tanggapan dari 104 responden fungsionaris Himaprodi Manajemen, dengan komposisi 33 pria (32%) dan 71 wanita (68%), yang memperlihatkan dominasi proporsi responden perempuan.



Gambar 2. Komposisi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Model Pengukuran (Outer Model)

Validitas konvergen dianalisis melalui nilai outer loading dan *Average Variance Extracted* (AVE). Indikator dinyatakan valid apabila nilai outer loading > 0,70 dan nilai AVE > 0,50 (Yarsasi et al., 2025).

Tabel 1. Hasil Uji Convergent Validity (Outer Loading)

Variabel	Indikator	Outer Loading	Keterangan
Kepemimpinan Autentik (X1)	X1.1 - X1.8	0,861 - 0,890	Valid
Komunikasi Organisasi (X2)	X2.1 - X2.10	0,737 - 0,851	Valid
Motivasi Intrinsik (Z)	Z1 - Z6	0,796 - 0,835	Valid
Komitmen Afektif (Y)	Y1 - Y6	0,800 - 0,854	Valid

Sumber: Data diolah, 2026.

Keseluruhan item pernyataan pada keempat konstruk berhasil melampaui batas outer loading 0,70, sehingga dinyatakan valid. Lebih lanjut, pencapaian *Average Variance Extracted* (AVE) mencatatkan nilai 0,761 untuk Kepemimpinan Autentik, 0,688 untuk Komunikasi Organisasi, 0,623 untuk Motivasi Intrinsik, serta 0,666 untuk Komitmen Afektif. Karena seluruh besaran AVE telah melampaui batas minimal 0,50, maka seluruh konstruk disimpulkan telah memenuhi kaidah validitas konvergen.

Pemeriksaan validitas diskriminan dievaluasi melalui pemeriksaan cross loading, yang menunjukkan bahwa skor loading tiap indikator bernilai paling tinggi pada konstruknya sendiri dibandingkan saat bersilangan dengan konstruk lain, sehingga kriteria validitas diskriminan terpenuhi.

Tabel 2. Hasil Uji Composite Reliability

Variabel	Composite Reliability	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kepemimpinan Autentik (X1)	0,955	0,955	Reliabel
Komunikasi Organisasi (X2)	0,910	0,909	Reliabel
Motivasi Intrinsik (Z)	0,944	0,933	Reliabel
Komitmen Afektif (Y)	0,901	0,900	Reliabel

Sumber: Data diolah, 2026.

Seluruh variabel memiliki nilai *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha* di atas 0,70, sehingga seluruh instrumen penelitian dinyatakan reliabel.

Model Struktural (Inner Model)

Tabel 3. Hasil Uji Determinasi (R-Square)

Variabel	R Square	R Square Adjusted
Motivasi Intrinsik	0,508	0,498
Komitmen Afektif	0,566	0,553

Sumber: Data diolah, 2026.

Nilai *R Square Adjusted* variabel Motivasi Intrinsik sebesar 0,498, yang berarti Kepemimpinan Autentik dan Komunikasi Organisasi mampu menjelaskan variasi Motivasi Intrinsik sebesar 49,8%, tergolong kategori moderat. Nilai *R Square Adjusted* variabel Komitmen Afektif sebesar 0,553, yang berarti Kepemimpinan Autentik, Komunikasi Organisasi, dan Motivasi Intrinsik mampu menjelaskan variasi Komitmen Afektif sebesar 55,3%, juga tergolong kategori moderat (Ghozali, 2023).

Tabel 4. Hasil Uji Effect Size (F-Square)

Hubungan Antar Variabel	F-Square	Kategori
Kepemimpinan Autentik >> Komitmen Afektif	0,790	Besar
Komunikasi Organisasi >> Komitmen Afektif	0,243	Sedang
Motivasi Intrinsik >> Komitmen Afektif	0,217	Sedang
Kepemimpinan Autentik >> Motivasi Intrinsik	0,158	Sedang
Komunikasi Organisasi >> Motivasi Intrinsik	0,217	Sedang

Sumber: Data diolah, 2026.

Hasil uji effect size (F^2) menunjukkan bahwa Kepemimpinan Autentik memberikan kontribusi paling besar terhadap Komitmen Afektif (kategori besar), sedangkan hubungan lainnya berada pada kategori sedang (Supriyati, 2021).

Uji Hipotesis

Tabel 5. Hasil Pengujian Hipotesis Pengaruh Langsung

Hipotesis	Hubungan	Original Sample	T-Statistic	P-Values	Keterangan
H1	Kepemimpinan Autentik >> Motivasi Intrinsik	0,623	10,296	0,000	Signifikan
H2	Komunikasi Organisasi >> Motivasi Intrinsik	0,346	6,414	0,000	Signifikan
H3	Kepemimpinan Autentik >> Komitmen Afektif	0,253	2,945	0,003	Signifikan
H4	Komunikasi Organisasi >> Komitmen Afektif	0,291	3,711	0,000	Signifikan
H5	Motivasi Intrinsik >> Komitmen Afektif	0,437	4,387	0,000	Signifikan
H6	Kepemimpinan Autentik >> Motivasi Intrinsik >> Komitmen Afektif	0,273	3,980	0,000	Signifikan
H7	Komunikasi Organisasi >> Motivasi Intrinsik >> Komitmen Afektif	0,151	3,836	0,000	Signifikan

Sumber: Data diolah, 2026.

Seluruh hipotesis pengaruh langsung (H1-H5) terbukti signifikan, karena memiliki nilai *t*-statistic > 1,96 dan *p*-values < 0,05, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima untuk masing-masing hipotesis tersebut. Hasil pengujian pengaruh tidak langsung menunjukkan bahwa motivasi intrinsik terbukti memediasi secara signifikan pengaruh kepemimpinan autentik (H6) maupun komunikasi organisasi (H7) terhadap komitmen afektif, karena nilai *t*-statistic pada kedua jalur tersebut lebih besar dari 1,96 dan *p*-values lebih kecil dari 0,05.

Kepemimpinan Autentik terhadap Motivasi Intrinsik

Kepemimpinan autentik terbukti memberikan dorongan positif dan signifikan pada peningkatan motivasi intrinsik. Tindakan pimpinan yang mengedepankan kejujuran, keterbukaan, konsistensi, serta kepedulian pada kebutuhan anggota berhasil menciptakan iklim organisasi yang memfasilitasi terpenuhinya aspek psikologis murni seperti *autonomy*, *competence*, dan *relatedness* sebagaimana dirumuskan dalam *Self-Determination Theory*. Hasil ini menguatkan temuan empiris terdahulu yang dilaporkan oleh Yasni et al. (2022) dan Baquero (2023).

Komunikasi Organisasi Terhadap Motivasi Intrinsik

Komunikasi organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi intrinsik. Komunikasi yang jelas, terbuka, dan dua arah membuat anggota merasa diperhatikan dan dihargai, sehingga muncul dorongan intrinsik untuk terlibat lebih aktif dalam kegiatan organisasi. Temuan ini sejalan dengan penelitian Pramudya et al. (2024).

Kepemimpinan Autentik Terhadap Komitmen Afektif

Kepemimpinan autentik berperan positif dan signifikan dalam membentuk komitmen afektif. Figur pemimpin yang berintegritas, konsisten, serta transparan sanggup memupuk kepercayaan dan psychological safety anggota, yang berdampak langsung pada penguatan keterikatan emosional serta rasa identifikasi diri terhadap lembaga. Temuan ini selaras dengan simpulan Semedo et al. (2019) dan Selsa & Putra (2024).

Komunikasi Organisasi Terhadap Komitmen Afektif

Komunikasi organisasi terbukti memicu pengaruh positif dan signifikan terhadap komitmen afektif. Efektivitas interaksi yang terbuka memunculkan kenyamanan kerja, perasaan dihargai, serta rasa memiliki (sense of belonging) terhadap organisasi. Hasil ini sejalan dengan temuan Rosanti (2022) dan Pramudya et al. (2024).

Motivasi Intrinsik Terhadap Komitmen Afektif

Motivasi intrinsik berpengaruh positif dan signifikan terhadap komitmen afektif. Anggota yang terdorong oleh motivasi internal yang kuat cenderung menunjukkan kesetiaan, partisipasi aktif, serta kebanggaan tinggi terhadap entitas organisasinya. Kesimpulan ini memperkuat riset terdahulu oleh Mahrani et al. (2022) dan Nurningsih (2024).

Motivasi Intrinsik Sebagai Mediasi

Variabel motivasi intrinsik teruji secara empiris memediasi pengaruh kepemimpinan autentik serta komunikasi organisasi terhadap komitmen afektif. Kondisi ini memperlihatkan bahwa kepemimpinan yang berintegritas dan alur komunikasi yang efektif akan bekerja lebih optimal dalam mengokohkan keterikatan emosional apabila berhasil membangkitkan dorongan motivasi internal anggota terlebih dahulu. Hasil pengujian ini konsisten dengan temuan Yasni et al. (2022) serta Mahrani et al. (2022), sekaligus memperkuat keberlakuan Self-Determination Theory pada konteks organisasi kemahasiswaan.

Simpulan, Keterbatasan dan Saran

Simpulan

1. Kepemimpinan autentik terbukti membawakan pengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi intrinsik.
2. Komunikasi organisasi terbukti membawakan pengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi intrinsik.
3. Kepemimpinan autentik terbukti membawakan pengaruh positif dan signifikan terhadap komitmen afektif.
4. Komunikasi organisasi terbukti membawakan pengaruh positif dan signifikan terhadap komitmen afektif.
5. Motivasi intrinsik terbukti membawakan pengaruh positif dan signifikan terhadap komitmen afektif.
6. Motivasi intrinsik teruji memediasi dampak kepemimpinan autentik terhadap komitmen afektif secara signifikan.
7. Motivasi intrinsik teruji memediasi dampak komunikasi organisasi terhadap komitmen afektif secara signifikan.

Keterbatasan

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, yaitu:

1. Ruang lingkup penelitian yang terbatas pada pengurus Himaprodi Manajemen dalam satu siklus kepengurusan sehingga membatasi daya generalisasi temuan;

2. Penggunaan pendekatan survei berbasis kuesioner yang berisiko pada subjektivitas persepsi responden;
3. Cakupan variabel yang terbatas pada elemen kepemimpinan autentik, komunikasi organisasi, motivasi intrinsik, dan komitmen afektif;
4. Penerapan desain *cross-sectional* yang belum sanggup merekam pergeseran fenomena secara *longitudinal*.

Saran

Himaprodi disarankan untuk mengoptimalkan kepemimpinan autentik serta membangun saluran komunikasi organisasi yang lebih partisipatif, seperti menyelenggarakan forum evaluasi berkala dan memperjelas penyampaian informasi. Pengurus dianjurkan untuk terus memelihara dorongan intrinsik dan pola komunikasi positif antaranggota. Bagi peneliti mendatang, disarankan untuk memperluas jangkauan populasi pada organisasi kemahasiswaan lain, mengintegrasikan variabel tambahan seperti kepuasan kerja atau budaya organisasi, serta menerapkan pendekatan metode campuran (*mixed-methods*) guna memperoleh kealaman analisis yang lebih kaya.

Referensi

- Almutairi, M., Timmins, F., Wise, P. Y., Stokes, D., & Alharbi, T. A. F. (2025). Authentic Leadership—A Concept Analysis. *Journal of Advanced Nursing*, 81(4), 1775-1793.
- Aristana, I. N., Puspitawati, N. M. D., & Ismayanthi, T. I. T. (2023). Leadership and Employee Creativity: The Mediation Role of Intrinsic Motivation. *Media Ekonomi Dan Manajemen*, 38(1), 161.
- Avolio, B. J., & Gardner, W. L. (2005). Authentic leadership development: Getting to the root of positive forms of leadership. *The Leadership Quarterly*, 16(3), 315-338.
- Baquero, A. (2023). Authentic Leadership, Employee Work Engagement, Trust in Leader, and Workplace Well-being.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2000). Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being. *American Psychologist*, 55(1), 68-78.
- Febrina, I., & Rahmat, H. K. (2024). Motivasi Kerja Sumber Daya Manusia dalam Organisasi: Sebuah Tinjauan Pustaka.
- Ghozali. (2023). *Smart PLS 4.0*.
- Mahrani, Handayani, & Seswandi. (2022). Peran Mediasi Komitmen Afektif pada Pengaruh Motivasi Intrinsik terhadap Organizational Citizenship Behavior. 1(1), 106-117.
- Meyer, J. P., & Allen, N. J. (1991). A three-component conceptualization of organizational commitment. *Human Resource Management Review*, 1(1), 61-89.
- Nurningsih, N. (2024). Peran Motivasi Intrinsik dan Komitmen Afektif terhadap Kinerja SDM.
- Pace, R. W., & Faules, D. F. (2019). Komunikasi Organisasi: Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan.
- Pramudya, M. A., Djaelani, A. K., & Khalikussabir. (2024). Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Komitmen, dan Komunikasi Organisasi terhadap Kinerja Pengurus HimaProdi.
- Robbins, S. P., & Judge, T. (2022). *Organizational Behavior*. Pearson.
- Rosanti, L. T. (2022). Pengaruh Komunikasi Organisasi dan Persepsi Dukungan Organisasi terhadap Komitmen Organisasi pada BEM Fakultas X di Masa Pandemi.
- Selsa, C. A., & Putra, H. B. (2024). Pengaruh Kepemimpinan Autentik CEO terhadap Komitmen Afektif dan Symmetrical Internal Communication.
- Semedo, A. S., Coelho, A., & Ribeiro, N. (2019a). Authentic leadership, happiness at work and affective commitment. *European Business Review*, 31(3), 337-351.
- Siregar, U., Putri, D. E., Hasbi, I., dkk. (2021). Komunikasi Organisasi.

- Sucipto, R. R. N. (2021). Pengaruh Disiplin Kerja sebagai Mediasi Hubungan Motivasi Intrinsik terhadap Kinerja Pegawai. *Journal of Management*, 4(1), 87-102.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*.
- Supriyati, S. (2021). *Metodologi Penelitian Structural Equation Modeling Partial Least Squares*.
- Walumbwa, F. O., Avolio, B. J., Gardner, W. L., Wernsing, T. S., & Peterson, S. J. (2008). Authentic leadership: Development and validation of a theory-based measure. *Journal of Management*, 34(1), 89-126.
- Yasni, Handayani, R., & Heri, H. (2022). Kepemimpinan Autentik dan Komitmen Afektif: Peran Mediasi Motivasi Intrinsik.
- Yarsasi, S., Tahyudin, I., & Hariguna, T. (2025). Analisis Validitas dan Reliabilitas Kuesioner dengan Metode PLS-SEM pada Aplikasi SMARTPLS. *Jurnal Pendidikan Dan Teknologi Indonesia*, 5(7), 1905-1913.

* Dhea Wahyu Nur Sejati adalah Mahasiswa FEB Unisma

** Khalikussabir adalah Dosen Tetap FEB Unisma

*** Sulton Sholehuddin adalah Dosen Tetap FEB Unisma