

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

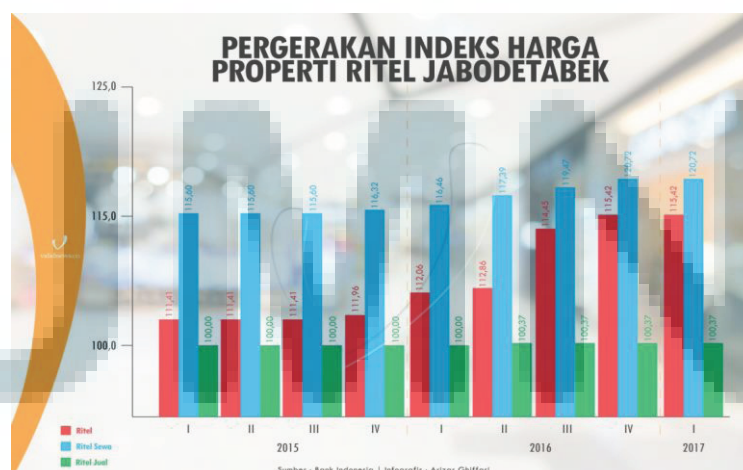
Pada era globalisasi sekarang ini, perkembangan usaha bisnis dan kemajuan inovasi di berbagai sektor industri semakin meningkat. Jika melihat lebih dalam, pertumbuhan sektor industri khususnya pada bidang properti di Indonesia merupakan sektor yang memiliki hasil signifikan dalam hal investasi. Sektor ini pun masih akan diprediksi terus meningkat sampai diberlakukannya MEA yang diperkirakan akan terjadi di akhir tahun 2015 (“Dampak Perkembangan Ekonomi Terhadap Sektor Industri Properti”, 2015).

Semua jenis usaha properti pada umumnya menguntungkan, namun dari setiap jenisnya memiliki peluang yang berbeda-beda. Jenis-jenis usaha properti tersebut antara lain, yaitu Properti Tempat Hunian (Residensial), Properti Tempat Usaha (Komersial), Properti Bidang Bangunan Industri (Industrial), dan Properti Keperluan Khusus (“Jenis Usaha di Bidang Properti yang Menguntungkan”, 2017). Pada sektor komersial merupakan berbagai macam properti yang dapat menghasilkan *income* atau pendapatan, salah satunya adalah pusat perbelanjaan. Survei berkala yang dilakukan oleh Bank Indonesia (BI) menunjukkan pada periode kuartal 1V 2015 lalu perkembangan harga properti komersial menunjukkan tumbuh melambat secara triwulan, namun meningkat secara tahunan. Secara tahunan, harga properti komersial meningkat lebih tinggi (27,11%) dari triwulan sebelumnya (26,02%). Indeks pasokan properti komersial pada triwulan IV-2015 juga menunjukkan pertumbuhan yang lebih tinggi dari

triwulan sebelumnya, dari 0,45% menjadi 0,88%. Metodologi Perkembangan Properti Komersial merupakan analisa properti triwulanan yang dilaksanakan sejak Triwulan I-1996. Analisa tersebut mencakup 5 jenis properti komersial, yaitu: perkantoran, pusat perbelanjaan, apartemen, hotel, dan lahan industri (“Survei BI Harga Properti Komersial Tumbuh Melambat”, 2016).

Pertumbuhan ekonomi nasional menjadi salah satu faktor yang kuat di balik kondisi pasar properti Indonesia, dengan lonjakan permintaan yang didukung oleh kepercayaan konsumen yang lebih tinggi. (“Pasar Properti Indonesia Mulai Menggeliat Ini Waktu yang Tepat Untuk Investasi”, 2017). Seperti halnya di negara-negara lain yang telah menerapkan regulasi yang mengatur hubungan Pengelola Pusat Belanja dengan para *tenant*nya. Sehingga tercipta hubungan yang berimbang antara Pengelola Pusat Belanja dengan para *tenant*nya agar dapat bersinergi demi mendukung perekonomian nasional. Apabila industri ritel terpuruk maka akan mengganggu perekonomian nasional. (“Biaya Sewa Toko Tinggi, Industri Ritel Melemah di 2016”, 2017).

Infografik : Pergerakan Indeks Harga Propeti Ritel Jabodetabek



(Sumber: Bank Indonesia)

Gambar 1.1 Infografik: Pergerakan Indeks Harga Properti Ritel Jabodetabek

Dari survei yang dilakukan Bank Indonesia (BI), pada Juni 2017 menunjukkan adanya peningkatan penjualan pada properti ritel dimana Indeks Penjualan Riil (IPR) sebesar 232,4 atau tumbuh 6,3% lebih tinggi dibandingkan bulan sebelumnya 4,3%. Hal ini sejalan dengan kenaikan permintaan masyarakat pada hari raya tertentu, seperti Ramadhan dan Idul Fitri. (“Pusat Hiburan Siasati Lemahnya Daya Beli”, 2017).

Saat ini, pusat perbelanjaan (Mal) sudah memiliki peran yang sangat penting bagi masyarakat di kota-kota besar seperti Jabodetabek karena banyak berbagai kebutuhan yang bisa dipenuhi di pusat perbelanjaan. Ketika seseorang atau sekelompok orang ingin melakukan pertemuan bisnis, kumpul bersama, makan, dan mencari hiburan bersama keluarga atau rekan, mereka akan mencari mal. Pusat belanja merupakan salah satu bisnis yang dinamis, yang mana yang perlu dilakukan pengelola mal adalah bagaimana mengembangkan konsep yang dapat menarik pengunjung datang ke pusat belanja tersebut. Dengan konsep yang menarik dan mendapatkan *tenant* atau penyewa yang mampu mendorong pertumbuhan pengunjung, maka prospek pusat belanja akan tetap tumbuh dan diminati oleh konsumen. (“Bisnis Pusat Perbelanjaan Masih Menjanjikan”, 2017).

Perusahaan yang bergerak di bidang properti sebagai pengembang (pembangun dan pemasar properti) atau developer merupakan usaha bisnis yang menjanjikan. Salah satu dari 10 perusahaan pengembang properti terbesar dan terbaik di Indonesia yaitu PT XYZ (“Inilah 10 Perusahaan Pengembang Properti Terbesar dan Terbaik di Indonesia”, 2017). PT XYZ yang berdiri tahun 1993 merupakan pengembang properti terintegrasi yang memfokuskan kegiatan usahanya dalam pembangunan dan pengelolaan perumahan, kawasan komersial,

kawasan industri, dan juga pengelolaan pusat perbelanjaan, pusat rekreasi dan perhotelan (pengembangan kawasan terpadu). Pusat perbelanjaan yang dikelola PT XYZ itu sendiri telah resmi beroperasi sejak tahun 2012, dimana memiliki akses yang mudah dengan fasilitas lengkap dan didukung oleh *tenant-tenant* ternama, seperti Sogo Departemen Store, The Food Hall, Gramedia, Home Solution, Fun World, Cinema XXI dan masih banyak lagi. (Data Perusahaan).

Pertumbuhan pusat belanja di Indonesia diakui terus mengalami perkembangan. Berkaitan dengan pengelolaan pusat perbelanjaan, perkembangan yang terjadi di pasar menjadi penting untuk dicermati mengenai kondisi perekonomian saat ini dan tren yang terus berkembang, serta apa yang dapat dilakukan para pengelola pusat belanja. Di samping kondisi ekonomi, demografi menjadi hal yang ikut berpengaruh. Pertumbuhan kelas menengah dengan karakteristiknya yang unik, tren gaya hidup akan terus berkembang dan bisnis retail masih memiliki potensi yang besar. Perubahan gaya hidup menjadikan bisnis mall, perjalanan wisata, kafe, bioskop, dan gym menjadi potensial. (“Tren Berubah, Ini yang Harus Dilakukan Pengelola Pusat Belanja”, 2014).

Di tengah tingginya tingkat persaingan, hal tersebut menuntut setiap perusahaan untuk berusaha tetap unggul dan mengupayakan berbagai cara untuk memperbaiki serta meningkatkan kinerja guna menghasilkan kualitas dan hasil yang lebih baik dari para pesaing perusahaan. Dalam hal ini peran dari Sumber Daya Manusia dalam suatu perusahaan merupakan hal utama yang sangat penting untuk menunjang seluruh aktivitas perusahaan. Untuk menghadapi tantangan tersebut, perusahaan harus memberikan perhatian lebih terhadap faktor-faktor yang dapat memotivasi kinerja karyawan baik secara eksternal maupun internal.

Motivasi eksternal adalah motivasi yang datang dari sumber “luar” diri, seperti gaji, komisi, bonus kerja, penghargaan dan sebagainya. Sedangkan motivasi internal bersumber dari dalam diri kita sendiri (“Bekerja Lebih “Happy” dengan “Internal Motivations”, 2017).

Kesuksesan perusahaan tidak hanya dilihat dari apa yang dihasilkan, melainkan juga dari orang-orang yang bekerja keras untuk meraih kesuksesan tersebut. Itulah mengapa karyawan disebut sebagai aset terbesar perusahaan. Namun perusahaan tidak bisa menjamin keberadaan karyawan terus-menerus. Maka dari itu, perusahaan harus berupaya untuk menjaga loyalitas karyawan untuk bertahan di tempat kerja. Mengukur loyalitas karyawan tidak hanya dilihat dari faktor gaji saja, tetapi juga faktor-faktor lainnya. Salah satu faktor yang menentukan loyalitas karyawan di sebuah perusahaan adalah jenjang karier. Karyawan tak perlu melirik perusahaan lain jika peluang karier di tempat kerja mereka terbuka lebar. Meskipun perlahan, namun kenaikan karier yang jelas dan pasti akan menambah lebih banyak alasan bagi karyawan untuk bertahan. (“Tip Menumbuhkan Loyalitas Karyawan”, 2017).

Infografik: 10 Alasan Pegawai Betah Bekerja



(Sumber: Qerja.com)

Gambar 1.2 Infografik: 10 Alasan Pegawai Betah Bekerja

Berdasarkan data yang disajikan dan dianalisa menggunakan data Qerja.com yang diambil pada pertengahan tahun 2015 sampai tahun 2016 terhadap 15.000 review dari 5.000 perusahaan yang ada di Qerja.com, terdapat alasan-alasan yang membuat pegawai betah di sebuah perusahaan. Menurut infografik di atas, gaji merupakan pertimbangan pertama yang membuat karyawan betah di tempat kerjanya. Namun gaji bukan satu-satunya faktor. Loyalitas tidak bisa dijamin dengan nominal pada slip gaji saja, tapi dibutuhkan gabungan dari banyak faktor, dari rasa kekeluargaan antar rekan maupun atasan, lingkungan kerja yang nyaman, tunjangan dan fasilitas, jenjang karir yang bagus, serta kesempatan belajar untuk berkembang. (“Infografik: 10 Alasan Pegawai Betah Bekerja”, 2016).

Terdapat juga survei yang dilakukan oleh JobsDB yang bertajuk Happy is a Better Job yang melibatkan 2.324 responden di Indonesia, yang menunjukkan 73% responden merasa tidak bahagia dengan pekerjaan mereka saat ini. Sebanyak 26% dari responden tersebut mengaku alasan mereka tidak bahagia selain karena gaji, fasilitas dan bonus, yaitu jenjang karir lambat. Kurangnya promosi dari atasan dapat membuat seorang karyawan kehilangan motivasi dalam bekerja. (“Ini Alasan Karyawan Pindah Kerja”, 2015).

Perusahaan yang sukses dapat diukur dari berbagai macam aspek, salah satunya adalah *turnover rates*. *Turnover rates* diukur berdasarkan presentase pekerja yang keluar dalam satu periode waktu. Angka *turnover* menunjukkan *engagement* pekerja terhadap suatu perusahaan. (“Infografik: 55% Karyawan Cari Kerja Lain, Perusahaan Kehilangan 20% Pekerja Tiap Tahun”, 2016).

Infografik: Engaged Employees Make a Business Successful



(Sumber: Hay Group)

Gambar 1.3 Infografik: Engaged Employees Make a Business Successful

Engagement dipandang sebagai faktor penting keberhasilan berkelanjutan. Dalam dunia bisnis membutuhkan kontribusi aktif setiap orang untuk menjadi sukses. Menurut Hay Group, *engagement* memberikan manfaat dimana karyawan yang *engage* 40% lebih produktif dan lebih berkontribusi pada kepuasan dan pengalaman konsumen. Disisi lain, karyawan yang *engage* cenderung tidak meninggalkan perusahaan dan hal tersebut juga berdampak pada finansial, serta menurunkan intensi *turnover*. (“*Really Benefiting Employee Engagement*”, 2014).

Career Satisfaction dinilai sebagai sebuah kesuksesan karir yang didefinisikan oleh kepuasan individu atas pencapaian karir mereka (Judge et al., 1995) dalam Joo & Park (2010). Kepuasan karyawan terhadap pengembangan karir mereka dapat tercapai ketika tujuan karyawan dan kebutuhan organisasi

terpenuhi. Kecocokan antara tujuan organisasi dan tujuan individu meningkatkan komitmen organisasi (Hall et al., 1970) dalam Joo & Ready (2012).

Peneliti telah melakukan *in-depth interview* kepada 6 karyawan di Management Office Mal XYZ dimana rata-rata karyawan tersebut sudah bekerja 2-3 tahun yang berada di *level staff* pada divisi *finance & accounting, marketing communication, engineering, leasing* dan *operational*. Sebagian besar karyawan mengungkapkan adanya ketidakpuasan terhadap karir mereka di perusahaan tersebut. Mereka menilai bahwa tidak ada kejelasan tentang sistem pengembangan karyawan atau jenjang karir dan sulit untuk mendapat peningkatan ke posisi yang lebih tinggi. Setelah diteliti lebih dalam, jenjang karir yang sulit untuk peningkatan posisi karyawan tersebut salah satunya dikarenakan Mal XYZ memiliki struktur organisasi yang termasuk *flat* dengan rata-rata hanya terdiri dari 4 level jabatan, dari *staff, team leader, section head* atau *specialist* dan *division / department head*. Selain itu, 4 dari 6 karyawan yang telah di *interview* mengatakan bahwa saat ada posisi yang kosong (*vacant*) terutama pada posisi *section head* ke atas, perusahaan lebih memilih merekrut orang baru atau eksternal perusahaan dibandingkan mempromosikan karyawan yang sudah ada. Adapun *requirements* atau pertimbangan untuk promosi jabatan pada posisi *section head* dalam hal latar belakang pendidikan tidak berbeda jauh dengan posisi *staff*, yaitu minimal memiliki gelar sarjana (S1). Selain itu, karyawan harus memiliki catatan prestasi yang baik dan telah menjalani masa kerja minimal 1 tahun di perusahaan XYZ ini, yang kemudian memungkinkan untuk mendapat rekomendasi dari *manager* jika karyawan memenuhi persyaratan yang dituntut oleh jabatan yang dimaksud.

Karir merupakan hal yang penting bagi para karyawan di perusahaan XYZ ini, karena meskipun mereka baru bekerja 1-3 tahun saja tetapi mereka sudah memikirkan atau memiliki *planning* untuk karir mereka untuk kedepannya ingin seperti apa, misalnya kenaikan posisi jabatan yang lebih tinggi dibanding sebelumnya.

Alasan karyawan tidak puas dengan karirnya di perusahaan selain karena kurangnya promosi, juga karena faktor gaji dimana berdasarkan hasil *interview* kepada 3 *staff* karyawan bagian *marketing communication* dan *operational* merasa bahwa gaji yang jarang naik dan tergolong rendah sebagai karyawan tetap bahkan bagi lulusan sarjana (S1) sekali pun, terutama bagi karyawan yang menjabat pada posisi *staff officer*. Meskipun gaji yang karyawan terima sesuai dengan aturan ketenagakerjaan, namun mereka menganggap bahwa tidak berbeda jauh dari ketetapan upah minimum yang berlaku. Sehingga mereka merasa gaji yang didapat masih tergolong rendah bila dibandingkan dengan kontribusi mereka di perusahaan. Seperti misalnya yang terjadi pada divisi *Marketing Communication*. Ketika adanya *event* yang diselenggarakan, karyawan bisa masuk kerja saat *weekend* untuk mengawasi *event* yang berjalan. Hal tersebut dapat menimbulkan kemungkinan bahwa *career satisfaction* dapat memicu terjadinya *turnover intention*, karena jika seorang karyawan merasa tidak puas dengan karirnya dalam perusahaan maka memungkinkan mereka akan mencari perusahaan lain yang menyediakan jenjang karir yang lebih baik. Karyawan cenderung meninggalkan perusahaannya ketika kesejahteraan psikologis dan kepuasan kerja mereka rendah (Wright and Bonett, 2007) dalam Joo & Park (2010).

Portal et al. (1994) dalam Suma & Lesha (2013) menjelaskan *organizational commitment* sebagai sebuah kekuatan relatif yang ditimbulkan dari perasaan dan adanya keterlibatan dari organisasi tersebut. Menurut Meyer and Allen (1991), *organizational commitment* terbagi dalam tiga komponen, yaitu:

1. *Affective commitment*

didefinisikan sebagai “keterikatan emosional karyawan, identifikasi, dan keterlibatan dalam organisasi. Karyawan dengan komitmen afektif yang kuat melanjutkan pekerjaan dengan organisasi karena mereka ingin melakukannya”.

2. *Continuance commitment*

mengacu pada kesadaran akan biaya yang terkait dengan meninggalkan organisasi. Karyawan yang terkait dengan organisasi yang didasarkan pada komitmen kontinu akan bertahan karena mereka perlu melakukannya.

3. *Normative commitment*

mencerminkan perasaan berkewajiban untuk melanjutkan pekerjaan. Karyawan dengan komitmen normative yang tinggi merasa bahwa mereka harus tetap berada di dalam organisasi.

Berdasarkan hasil *in-depth interview* ditemukan juga beberapa masalah dan kasus karyawan yang memiliki tingkat komitmen yang rendah, diantaranya yaitu saat perusahaan mengadakan *event* berbagai lomba-lomba dalam rangka memperingati Hari Kemerdekaan yang diadakan setiap satu tahun sekali, masih ada karyawan pada divisi *engineering, operation, marketing, finance & accounting* yang tidak ikut serta berpartisipasi dalam pelaksanaan *event*. Hal tersebut menandakan bahwa kurangnya komitmen karyawan dalam keterlibatannya terhadap perusahaan, dimana fenomena ini termasuk masalah dalam komitmen

afektif seorang karyawan. Selain itu ada pula 3 sampai 5 karyawan pada setiap divisi yang melanggar peraturan perusahaan, dan kasus yang sering terjadi adalah penggunaan fasilitas kantor yang tidak semestinya, seperti penggunaan internet yang tidak ada hubungannya dengan urusan pekerjaan. Kasus lain yaitu keterlambatan karyawan pada saat masuk kerja, dimana peraturan karyawan melakukan *tapping* absen maksimal hingga jam 09.00 pagi namun terdapat rata-rata ± 3 karyawan pada tiap divisi yang sering datang melebihi jam masuk kerja yang telah ditetapkan yaitu jam 09.00. Karyawan yang melanggar peraturan-peraturan perusahaan tersebut menandakan kurangnya rasa kewajiban terhadap pekerjaan dan perannya sebagai bagian dari perusahaan tempat ia bekerja, dimana sudah seharusnya karyawan tersebut berkewajiban menaati segala peraturan perusahaan. Hal ini menandakan bahwa kurangnya komitmen normatif karyawan di perusahaan XYZ.

Karyawan dengan tingkat komitmen rendah terhadap organisasinya cenderung menunjukkan hasil kerja negatif seperti perilaku kerja, niat berpindah, dan mengarah pada *turnover* (DeConinck & Bachmann, 1994) dalam H.J. Kang et al (2015).

Turnover intention didefinisikan sebagai kesadaran individu akan kemungkinan meninggalkan sebuah organisasi dalam waktu dekat (Mowday, Porter, & Steers, 1982) dalam H.J. Kang et al (2015). Pengertian *turnover* menurut Jeffrey (2007) dalam Saeed et al (2014) merupakan sebuah perasaan yang ditimbulkan ketika seorang karyawan merasa tidak puas dengan pekerjaannya dan perusahaan tidak memberikan kepercayaan kepada karyawan, maka karyawan akan memutuskan untuk mengundurkan diri dari perusahaan dan

jangka waktu karyawan bekerja dalam perusahaan akan semakin pendek. Menurut (Staw 1980) dalam Saeed et al (2014) *Turnover* memiliki efek negatif pada organisasi di mana organisasi harus membayar biaya penggantian pegawai, dan organisasi harus membayar sebagian besar waktunya untuk merekrut dan pelatihan untuk meningkatkan tanggung jawab karyawan baru.

Berdasarkan hasil observasi dan *interview* yang dilakukan dengan karyawan di perusahaan XYZ, fenomena *turnover* ditandai oleh keluarnya beberapa karyawan. Berikut adalah jumlah karyawan yang *resign* (data *turnover*) yang tercatat pada Juli 2016 hingga tahun 2017:

Divisi / Level	Finance & Accounting	Marketing Communication	C&C Leasing	Engineering	Operation	Total
Staff	6	8	6	3	-	23
Supervisor/ team leader	-	1	2	1	2	6
Department Head	-	-	2	-	-	2
Jumlah	6	9	10	4	2	31

Tabel 1.1 Data *Turnover* pada bulan Juli 2016 hingga tahun 2017

Berdasarkan tabel data *turnover* di atas, angka karyawan yang mengundurkan diri yang memiliki jumlah terbanyak pada divisi *leasing* yaitu sebesar 10 karyawan yang diantaranya terdapat 6 karyawan level *staff*, 2 *supervisor/team leader* dan 2 posisi *department head*. Urutan kedua berikutnya adalah *marketing communication* sebanyak 9 karyawan, dan seterusnya pada *finance & accounting*, *engineering*, dan yang terakhir divisi *operational*.

Jumlah karyawan yang keluar atau mengundurkan diri disebabkan oleh berbagai alasan, antara lain gaji yang jarang naik dan tergolong rendah maupun ketidakjelasan dan kesulitan dalam jenjang karir. Karyawan akan cenderung mencari perusahaan yang menyediakan kesempatan kerja yang lebih baik untuk karir mereka dan untuk meningkatkan komitmen organisasi dalam perusahaan yang mempengaruhi bagaimana seorang karyawan tetap bertahan pada pekerjaan mereka. Hal tersebut membuat beberapa karyawan mengeluh dan beberapa diantaranya mengundurkan diri. Beberapa faktor yang telah diuraikan di atas secara tidak langsung mempengaruhi tingkat *turnover* yang cenderung tinggi dalam perusahaan. Dimana menurut artikel “The Ideal Turnover Rate” mengatakan bahwa rata-rata turnover rate dapat dikatakan normal atau “sehat” jika berkisar antara 5 - 10% pada suatu periode baik pada karyawan yang *high-performance* maupun *poor-performance*. Sehingga fenomena turnover di perusahaan XYZ cukup tinggi yaitu sebesar 20.40% pada Juli 2016 hingga tahun 2017.

Berdasarkan fenomena dan permasalahan yang ada di perusahaan XYZ maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Pengaruh *Career Satisfaction*, *Affective Organizational Commitment*, dan *Normative Organizational Commitment* terhadap *Turnover Intention*; Telaah pada Karyawan Management Office Mal XYZ”**.

1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, peneliti merumuskan permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini, sebagai berikut :

1. Apakah *career satisfaction* memiliki pengaruh negatif terhadap *turnover intention* pada karyawan *Management Office* Mal XYZ?
2. Apakah *affective organizational commitment* memiliki pengaruh negatif terhadap *turnover intention* pada karyawan *Management Office* Mal XYZ?
3. Apakah *affective organizational commitment* memiliki pengaruh negatif terhadap *turnover intention* pada karyawan *Management Office* Mal XYZ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah dirumuskan di atas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *career satisfaction* terhadap *turnover intention* pada karyawan *Management Office* Mal XYZ.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *affective organizational commitment* terhadap *turnover intention* pada karyawan *Management Office* Mal XYZ.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *normative organizational commitment* terhadap *turnover intention* pada karyawan *Management Office* Mal XYZ.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan informasi baru kepada para pembaca mengenai pengaruh *career satisfaction*, *affective organizational commitment*, dan *normative organizational commitment* terhadap *turnover intention* pada karyawan di dalam perusahaan.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini memiliki manfaat praktis untuk memberikan gambaran, pandangan, informasi dan bahan masukan yang berguna bagi perusahaan Mal XYZ untuk lebih memperhatikan *career satisfaction* dan meningkatkan *affective organizational commitment* serta *normative organizational commitment* bagi setiap karyawan agar mereka dapat bekerja lebih optimal dan menciptakan loyalitas dari karyawan itu sendiri terhadap perusahaan.

1.5 Batasan Masalah

Batasan masalah yang diambil dari penelitian ini antara lain :

1. Sampel penelitian yang diambil adalah karyawan *Management Office* Mal XYZ pada level *staff* maupun *section head*.
2. Penelitian ini berfokus pada *Career Satisfaction*, *Affective Organizational Commitment*, dan *Normative Organizational Commitment* yang berpengaruh terhadap *Turnover Intention* pada Karyawan *Management Office* Mal XYZ yang telah bekerja minimal 1 tahun.

3. Teknik analisis dalam pengujian penelitian ini dengan menggunakan program SPSS versi 23.

1.6 Sistematika Penelitian

Sistematika penulisan laporan skripsi ini terdiri dari 5 bab dan diharapkan dapat menjadi pedoman bagi penulis untuk menyelesaikan penelitian ini.

BAB 1 Pendahuluan

Pada bab ini berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, batasan penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II Landasan Teori

Pada bab ini berisi tentang pemahaman konsep dan dasar teoritis penelitian, hubungan variabel, penelitian terdahulu, model dan hipotesis penelitian, serta kerangka pemikiran.

BAB III Metodologi Penelitian

Pada bab ini berisi tentang gambaran umum objek yang akan diteliti yaitu Mal XYZ, metodologi penelitian, ruang lingkup penelitian, cara pengukuran, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

BAB IV Analisis dan Pembahasan

Pada bab ini berisi tentang analisis dan pembahasan dari hasil penelitian, berupa hasil analisa deskriptif, hasil pengujian instrumen, uji asumsi klasik, uji model, dan uji hipotesis, interpretasi hasil penelitian, dan implikasi manajerial.

BAB V Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini berisis tentang kesimpulan dari penelitian dan saran untuk perusahaan dan penelitian selanjutnya.