



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini pertumbuhan ekonomi di Indonesia sudah cukup maju dan berkembang pesat. Hal ini ditandai dengan munculnya bisnis-bisnis besar maupun kecil yang bergerak di berbagai bidang, termasuk diantaranya di bidang bisnis ritel. Ritel adalah satu atau lebih aktivitas yang menambah nilai produk dan jasa kepada konsumen baik untuk kebutuhan keluarga atau untuk keperluan pribadi (Aprindo, 2017)

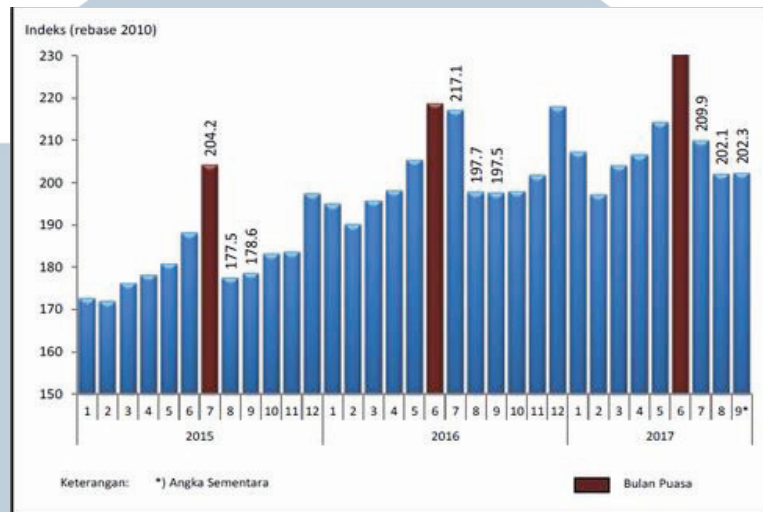
Perkembangan bisnis ritel di Indonesia mulai bertransformasi dari bisnis ritel tradisional menuju bisnis ritel modern (Aprindo, 2017). Perkembangan bisnis ritel modern di Indonesia sudah semakin menjamur di hampir seluruh wilayah Indonesia. Hal tersebut dapat terlihat dari banyaknya toko ritel modern yang membuka cabang di berbagai wilayah di Indonesia. Perusahaan ritel dapat dikategorikan berdasarkan ciri-ciri tertentu, antara lain; *discount stores* yang merupakan toko pengecer yang menjual berbagai macam barang dengan harga yang murah dan memberikan pelayanan yang minimum. Kedua *speciality stores*, merupakan toko eceran yang menjual barang – barang jenis lini produk tertentu saja yang bersifat spesifik. Ketiga *departemen stores* adalah suatu toko eceran berskala besar yang pengelolaannya dipisah dan dibagi menjadi bagian departemen – departemen yang menjual macam

barang yang berbeda – beda. Lalu keempat *convenience stores* merupakan toko pengecer yang menjual jenis item produk yang terbatas, bertempat ditempat yang nyaman dan jam buka yang lebih panjang. *Catalog stores* merupakan suatu jenis toko yang banyak memberikan informasi produk melalui media katalog yang dibagikan kepada para konsumen potensial. *Chain stores* adalah toko pengecer yang memiliki lebih dari satu gerai dan dimiliki oleh perusahaan yang sama.

Selanjutnya yaitu *supermarket* dimana merupakan toko eceran yang menjual berbagai macam produk makanan dan juga sejumlah kecil produk non-makanan dengan sistem konsumen melayani dirinya sendiri (*swalayan*). *Hypermarkets* adalah toko eceran yang menjual jenis barang dalam jumlah yang sangat besar atau lebih dari 50.000 item dan mencakup banyak jenis produk. Dan terakhir adalah *minimarket* yang merupakan semacam toko kelontong yang menjual segala macam barang dan makanan, namun tidak sebesar dan selengkap supermarket.

Menurut peraturan menteri perdagangan republik Indonesia nomor : 70/M-DAG/PER/12/2013 toko modern adalah toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk *minimarket*, *supermarket*, *department store*, *hypermarket* ataupun grosir yang berbentuk perkulakan (Wirjawan, 2013).

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Sumber: Koperasi, 2017

Gambar 1.1 Pertumbuhan Bisnis Ritel di Indonesia, 2015-2017

Data di atas menunjukkan bisnis ritel di Indonesia mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Nielsen mencatat perkembangan bisnis ritel pada kuartal 1 th 2017 hanya mencapai angka 3,7 % jauh lebih rendah di bandingkan tahun sebelumnya. Yang menarik menurut Nielsen masih konsumsi produk *Fast Moving Consumer Goods* (FMCG) di minimarket yang mana naik sebanyak 7 % dibanding *supermarket* yang hanya mencatatkan angka kenaikan 0,4 %, sangat mungkin kepraktisan menjadi alasan konsumen lebih suka berbelanja di *minimarket*. Perbaikan penjualan ritel tercatat membaik pada Bulan September 2017 dimana menurut Bank Indonesia pendapatan ritel naik hingga 5 %. BI sendiri meyakini kinerja ekonomi secara keseluruhan akan membaik di kuartal II ini (Koperasi, 2017)

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Industri ritel dunia, termasuk di Indonesia diprediksi akan tetap tumbuh dan berkembang. Namun demikian berkembangnya ini diikuti dengan semakin banyak pemain yang menggarap bisnis ini baik dari lokal maupun asing. Tentu saja hal ini akan meningkatkan skala persaingan yang semakin ketat ke depannya. Oleh karena itu, *marketer* harus memiliki strategi marketing yang tepat guna memenangkan persaingan ini (Mulyadi, 2016). Semakin menjanjikannya perkembangan dalam bisnis ritel ini membuat perusahaan berlomba untuk menjadi yang terbaik dari segala segi tak terkecuali terkecuali yang dilakukan oleh PT XYZ. PT XYZ merupakan perusahaan retailer *sports, children* dan *fashion footwear* terkemuka di Indonesia dan terbesar di Asia Tenggara yang memiliki lebih dari 1300 ritel *outlets* yang sampai saat ini masih terus berkembang (Data Perusahaan, 2018). Semakin menjanjikannya bisnis ritel membuat PT XYZ berencana akan memperluas bisnisnya dengan menambah 100 gerai baru di tahun 2018. Perusahaan ritel produk *fashion* dan gaya hidup ini diketahui sudah mengoperasikan sebanyak 963 gerai di 71 kota (Putra, 2018)

Perusahaan ritel di segmen gaya hidup, PT XYZ mencatatkan kinerja keuangannya untuk semester pertama 2018 dengan pendapatan bersih mencapai Rp 2,9 triliun, naik 23% dari Rp 2,4 triliun periode yang sama di tahun 2017. Laba usaha meningkat 54% menjadi Rp 393 miliar dengan margin 13,5%, dibandingkan tahun lalu sebesar Rp 255 miliar dengan margin 10,8%. Margin laba bersih, yang disesuaikan dengan perlakuan akuntansi dari *zero-interest bond* dan *item* lainnya, mendekati 10%. Lebih dari itu, laba bersih yang disesuaikan naik 43% menjadi Rp

278 miliar dari Rp 195 miliar yang tercatat pada semester pertama 2017. Perkembangan proses bisnis yang dilakukan secara terus-menerus tercermin dalam *same store sales growth*. Penambahan jumlah gerai, dan perbaikan yang signifikan dalam persediaan barang mendorong pencapaian kinerja keuangan baik dalam hal penjualan maupun margin di semester pertama 2018. PT XYZ mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada Juli 2018. Per Juni 2018, memiliki 991 toko di 71 kota di seluruh Indonesia dan mengelola lebih dari 150 merek, yang lebih dari 40 di antaranya merupakan merek eksklusif (Rahayu, 2018)

Pesatnya perkembangan teknologi, pergeseran demografi, fluktuasi ekonomi, dan kondisi dinamis menyebabkan lingkungan bisnis menjadi penuh ketidakpastian, semakin kompleks, dan cepat berubah. Menghadapi kondisi tersebut, setiap organisasi dituntut untuk segera berubah dan beradaptasi dengan perubahan lingkungan yang makin kompetitif melalui transformasi organisasi. Pelaksanaan proses transformasi perusahaan untuk meraih keunggulan kompetitif didukung oleh sumber-sumber keunggulan kompetitif yang meliputi sumber daya fisik, sumber daya finansial, struktur dan sistem proses organisasi, dan sumber daya manusia (SDM). Namun demikian SDM merupakan sumber keunggulan kompetitif yang utama karena pengelolaan sumber keunggulan lain secara otomatis memerlukan penanganan dari SDM yang ada. Keterlibatan SDM sangat menentukan kesuksesan proses perubahan organisasi karena SDM merupakan subyek penting yang akan melaksanakan proses perubahan dan hasil dari proses perubahan yang direncanakan (Anatan, 2010)

Saat ini *turnover intention* yang berujung pada *turnover* telah banyak dilakukan oleh karyawan. *Turnover intention* menurut Saeed, Waseem, Sikander & Rizwan (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 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.

Menurut hasil survei Hay Group tingkat *turnover* karyawan secara global akan meningkat dalam tahun-tahun ke depan, dengan puncak peningkatan pada tahun 2014. Dan hal ini didukung dari data presentase tingkat *turnover* di dunia mulai dari tahun 2010-2018.

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

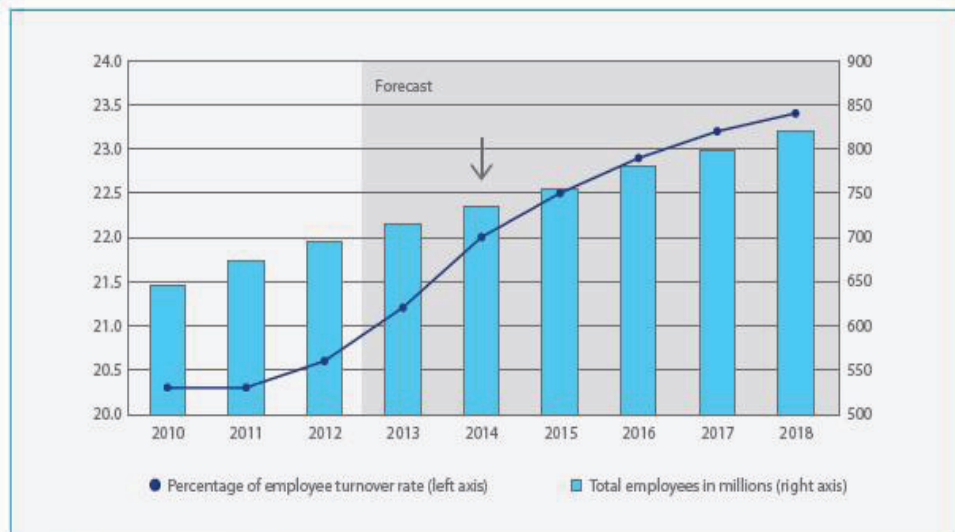


Fig. 2 Global turnover and number of employees
Source: Hay Group Cebr analysis

Sumber : Laporan Hasil Survei Hay Group (2014)

Gambar 1.2 Turnover Trends 2010-2018

Dari data di atas *turnover* karyawan secara global akan meningkat dalam tahun-tahun ke depan, dengan peningkatan paling tajam pada tahun 2014. Jumlah karyawan yang akan berhenti pada tahun 2014 diperkirakan mencapai 161,7 juta, meningkat 12,9 persen dibandingkan dengan tahun 2012. Tren ini akan terus meningkat. Rata-rata rasio *turnover* karyawan dalam lima tahun ke depan diprediksikan akan meningkat dari 20,6 menjadi 23,4 persen, dan jumlah karyawan *resign* di seluruh dunia pada tahun 2018 akan mencapai 192 juta (Portalhr, 2013).

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

Tabel 1. 1 Data *Turnover* pada bulan Januari 2017 hingga bulan Juni 2018

Divisi/level	Human Capital	Merchandising	Marketing	Operation	Total
Staff	5	9	4	7	25
Supervisor	2	2	-	2	6
Manager	-	-	2	-	2
Jumlah	7	11	6	9	33

Sumber: Data Perusahaan, 2018

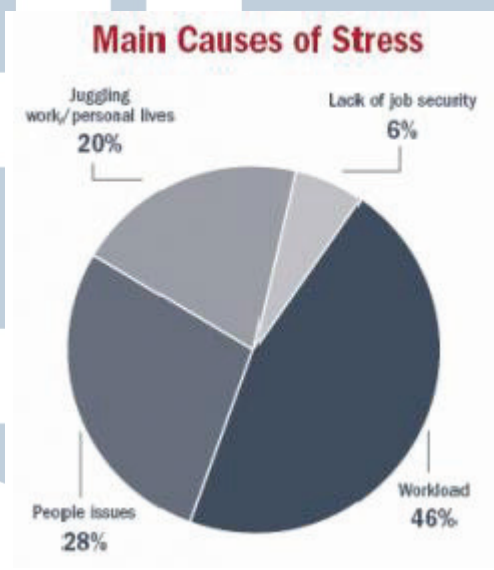
Berdasarkan tabel data *turnover* di atas, angka karyawan yang mengundurkan diri yang memiliki jumlah terbanyak pada divisi *merchandising* yaitu sebesar 11 karyawan yang diantaranya terdapat 9 karyawan level *staff*, dan 2 *supervisor*. Urutan kedua berikutnya adalah *operation* sebanyak 9 karyawan, dan seterusnya pada *human capital* dan yang terakhir pada divisi *marketing*. 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* (Sullivan, 2018). Untuk PT XYZ sendiri mengatakan jika *turnover rate* tidak melebihi 10% maka di anggap *turnover rate* masih dikatakan normal. Dan saat ini *turnover* di perusahaan XYZ cukup tinggi yaitu sebesar 13.56% pada januari 2017 hingga juni 2018 (Data perusahaan, 2018)

Berdasarkan hasil *indepth-interview* kepada tujuh orang karyawan dimana rata-rata karyawan tersebut sudah bekerja minimal satu sampai dua tahun yang berada di *level staff* pada divisi *human resources*, *merchandising*, *operation* dan

marketing enam diantaranya merasa ingin mengundurkan diri dari perusahaan segera mungkin. Ini disebabkan oleh berbagai alasan, antara lain tingginya stres kerja yang dirasakan hingga tidak adanya dukungan dari atasan dan juga kepuasan kerja yang mereka tidak dapatkan. Bahkan mereka mencari pekerjaan baru dan melamar pekerjaan diperusahaan lain saat mereka sedang melaksanakan pekerjaannya. Mereka juga mengatakan sering ijin untuk tidak masuk dengan berbagai alasan tetapi nyatanya mereka ijin karena untuk mengikuti *interview* diperusahaan lain. Karyawan akan cenderung mencari perusahaan yang memperhatikan kesejahteraan karyawannya agar mendapatkan kepuasan kerja yang mereka inginkan dalam perusahaan yang mempengaruhi bagaimana seorang karyawan tetap bertahan pada pekerjaan mereka. Hal tersebut membuat beberapa karyawan mengeluh dan beberapa diantaranya mengundurkan diri.

Pertumbuhan bisnis yang kuat di Indonesia memicu peningkatan kompetisi untuk pencarian *best talent*, dan secara *internal* para pengusaha di Indonesia dituntut untuk lebih memfokuskan upayanya dalam meningkatkan koneksi dengan karyawan dan mengkomunikasikan nilai dari penghargaan terhadap karyawan sebagai cara untuk mengurangi resiko retensi. Dari hasil *Towers Watson Global Workforce Study* (GWS) 2012, yang dilaksanakan di berbagai industri di 29 pasar di seluruh dunia, menunjukkan bahwa karyawan di Indonesia mempertimbangkan “stres, keseimbangan dan beban kerja” sebagai faktor utama yang mempengaruhi keterikatan yang berkelanjutan (Rudi, 2012)

Perceived Job stress dapat didefinisikan sebagai respons fisik dan emosional yang berbahaya yang terjadi ketika persyaratan pekerjaan tidak sesuai dengan kemampuan, sumber daya, atau kebutuhan pekerja. Stres kerja dapat menyebabkan kesehatan yang buruk dan bahkan cedera (Steven Sauter, 2014)



Sumber: Murphy & Schoenborn, 2018

Gambar 1.3 Penyebab Utama Stres Kerja

Berdasarkan persentase di atas, Sekitar 46% faktor utama terjadinya stres ditempat kerja adalah karena banyaknya beban pekerjaan yang harus dilakukan (Murphy & Schoenborn, 2018)

Setelah peneliti melakukan *in-depth interview* dengan tujuh orang karyawan PT XYZ dimana rata-rata karyawan tersebut sudah bekerja satu sampai dua tahun yang berada di *level staff* pada divisi *human resources, merchandising, operation* dan *marketing*, peneliti menemukan fakta bahwa sebagian besar karyawan merasa stres

dengan pekerjaan yang mereka kerjakan. Dari tujuh orang karyawan, enam diantaranya mengatakan bahwa stres kerja yang dirasakan ini cukup tinggi yang diakibatkan banyaknya jumlah pekerjaan yang harus diselesaikan dengan rentang waktu yang terbilang cepat. Setelah diteliti lebih dalam, banyak nya pekerjaan yang harus dilakukan dikarenakan pekerjaan yang harusnya dilakukan oleh dua atau tiga orang tetapi hanya dilakukan oleh satu orang saja dimana pembagian beban pekerjaan ini tidak sesuai dengan *job desc* yang ada pada perusahaan. Dalam setiap pekerjaan dituntut untuk selesai dengan tepat waktu dan dengan hasil yang sesuai dengan standar yang telah ditetapkan, ini membuat karyawan harus berusaha lebih untuk dapat menyelesaikan itu semua yang berakibat pada seringnya karyawan lembur. Karena tuntutan pekerjaan yang begitu tinggi salah satu karyawan mengaku bahkan sampai tidak bisa tidur dengan nyaman dan sampai terbangun secara tiba-tiba dikarenakan bermimpi bahwa pekerjaannya menjadi kacau balau. Stres kerja merupakan prediksi dari sikap negatif dan hasil perilaku seperti *job satisfaction*, *organizational commitment* dan kecenderungan yang lebih besar untuk meninggalkan organisasi (Chiu et al 2005 dalam Barsky et al., 2004)

Leadership support merupakan tingkat dukungan dan pertimbangan yang dirasakan seseorang dari atasannya langsung. Definisi ini terdiri dari pandangan teori bahwa seorang pemimpin yang mendukung memberikan panduan kepada bawahannya, memperlakukan mereka secara adil, menganggap masukan karyawannya sebagai suatu variable untuk keberlangsungan pekerjaan (Chiu et al., 2005)

Riset “*Global Leadership Study*” yang digagas Dale Carnegie memperlihatkan bahwa lebih dari 30 persen tenaga kerja di Indonesia akan mencari pekerjaan baru dalam waktu dekat, akumulasi dari 20 persen karyawan yang berencana pindah tempat kerja pada tahun baru, dan 13 persen yang mengaku saat ini sedang mencari pekerjaan baru. Sementara, hanya 28 persen karyawan di Indonesia yang berniat bertahan dalam jangka waktu cukup panjang di perusahaannya. Kepuasan dalam bekerja (*job satisfaction*) dan keinginan untuk bertahan di suatu perusahaan (*intention to stay*) dipengaruhi oleh perilaku atasan di tempat karyawan tersebut bekerja. Data dari studi ini juga menunjukkan bahwa 85 persen karyawan menganggap apresiasi dan pujian dari atasan terhadap pekerjaan yang mereka lakukan sangatlah penting. Namun pada praktiknya hanya 36 persen atasan yang melakukannya. Digelar di 14 negara termasuk Indonesia, studi ini melibatkan sekitar 3.300 pekerja dengan rentang usia 22–61 tahun, mulai dari level karyawan hingga direktur. Di Indonesia, studi menyertakan 205 pekerja dari perusahaan kecil hingga menengah dengan tujuan mengetahui cara kepemimpinan yang efektif di tanah air. Studi ini juga mengungkapkan bahwa hanya 17 persen karyawan yang mengaku puas dengan pekerjaan mereka. dan riset memperlihatkan bahwa kepuasan tersebut kuat dipengaruhi perilaku atasan (Cahya, 2018)

Berdasarkan hasil *indepth-interview* yang telah dilakukan peneliti kepada tujuh orang karyawan dimana rata-rata karyawan tersebut sudah bekerja minimal satu sampai dua tahun yang berada di *level staff* pada divisi *human resources*, *merchandising*, *operation* dan *marketing*, lima diantaranya merasa tidak adanya

dukungan dari atasan. Mereka merasa atasan hanya memberi pekerjaan tanpa memperhatikan bagaimana keberlangsungan proses nya bahkan tidak bertanya bagaimana seharusnya pekerjaan ini dilakukan untuk sekedar meringankan atau mencari solusi atas pekerjaan tersebut. Ketika mereka mempunyai ide atau suatu hal yang bisa meringankan pekerjaan, mereka mencoba mendiskusikan hal tersebut tetapi kenyataannya atasan mereka hanya mendengarkan tanpa menindak lebih lanjut. Ketika karyawan kekurangan dukungan yang dibutuhkan dari atasan mereka, mereka akan mengalami tingkat frustrasi dan ketidakpuasan kerja yang tinggi, yang pada gilirannya mengarah untuk meningkatkan niat mereka untuk keluar dari perusahaan (Alzayed & Murshid, 2017)



Sumber: Jobstreet, 2014

Gambar 1.4 Presentasi Ketidakpuasan Karyawan

MULTIMEDIA
NUSANTARA

Jobstreet melakukan survei kepada 17,623 koresponden pada awal bulan oktober tentang kepuasan karyawan terhadap pekerjaan mereka. Dari hasil survei tersebut menunjukkan bahwa 73% karyawan merasa tidak puas dengan pekerjaannya dikarenakan beberapa faktor. Hingga Mei 2014 Badan Pusat Statistik Nasional menunjukkan tingginya angka pengangguran di Indonesia yaitu sebesar 7,2 juta (Jobstreet, 2014).

Kepuasan kerja mengarah kepada keadaan dimana karyawan menikmati pekerjaan mereka atau keadaan emosional yang positif setelah karyawan tersebut menerima penilaian kinerjanya dan *performance* mereka (Kinto, Vanhala, & Heilmann, 2016)

Setelah peneliti melakukan *indepth-interview* kepada tujuh orang karyawan dimana rata-rata karyawan tersebut sudah bekerja minimal satu sampai dua tahun yang berada di *level staff* pada divisi *human resources, merchandising, operation* dan *marketing* enam diantaranya merasa tidak puas dengan pekerjaan yang mereka lakukan saat ini. Mereka merasa pekerjaan mereka saat ini tidak sesuai dengan ekspektasi yang mereka bayangkan. Banyak nya yang harus mereka selesaikan dengan tenggang waktu yang tidak panjang dan dituntut dengan hasil yang baik membuat mereka merasa terbebani. Ditambah ketika mereka mampu menyelesaikan itu semua, tetapi tidak ada *rewards* atau apresiasi dalam bentuk apapun yang membuat mereka merasa di hargai. Kepuasan kerja yang rendah juga menciptakan tingkat *turnover rates* yang tinggi. Cepat atau lambat, karyawan akan berhenti sehingga mereka dapat menemukan pekerjaan yang benar-benar mereka sukai.

Banyak industri saat ini memiliki tingkat *turnover rates* yang tinggi dan ketidakmampuan untuk mempertahankan tenaga kerja yang berkualitas (Reddy, 2017). Menurut Robbins (2007) jika seseorang tidak mendapatkan kepuasan kerja, hal itu dapat diungkapkan melalui pengunduran diri, mudah mengeluh, tidak patuh, mencuri peralatan kerja, serta menghindari tanggung jawab dalam bekerja. Ketika karyawan tidak puas dengan pekerjaan dan organisasi mereka tidak percaya pada karyawan mereka, niat karyawan untuk keluar dari perusahaan akan lebih besar, dan mereka akan meninggalkan organisasi (Saeed, Waseem, Sikander, & Rizwan, 2014)

Berdasarkan fenomena dan permasalahan yang ada di perusahaan XYZ maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Pengaruh Perceived Job Stress dan Leadership Support terhadap Global Job Satisfaction serta implikasinya terhadap Turnover Intention; Telaah pada Karyawan PT XYZ**”

1.2 Rumusan masalah dan Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan data perusahaan menunjukkan bahwa terdapat fenomena dimana PT XYZ memiliki angka *turnover* yang cukup tinggi yaitu sebesar 13,56%. Dimana angka ini telah melebihi batas normal yang telah perusahaan tetapkan yaitu sebesar 10%.

Dan berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, peneliti merumuskan permasalahan yang diangkat menjadi pertanyaan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah *perceived job stress* memiliki pengaruh negatif terhadap *global job satisfaction* pada karyawan PT XYZ?
2. Apakah *leadership support* memiliki pengaruh positif terhadap *global job satisfaction* pada karyawan PT XYZ?
3. Apakah *global job satisfaction* memiliki pengaruh negatif terhadap *turnover intention* pada karyawan PT 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 *perceived job stress* terhadap *global job satisfaction* pada karyawan PT XYZ.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *leadership support* terhadap *global job satisfaction* pada karyawan PT XYZ.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *global job satisfaction* terhadap *turnover intention* pada karyawan PT XYZ.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan informasi baru kepada para pembaca mengenai pengaruh *perceived job stress*, *leadership support*, dan *global job satisfaction* terhadap *turnover intention* pada karyawan di dalam perusahaan.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini memiliki manfaat praktis untuk memberikan pandangan, gambaran, informasi dan bahan masukan yang berguna bagi perusahaan PT XYZ untuk lebih memperhatikan *perceived job stress*, *global job satisfaction* dan meningkatkan *leadership support* bagi setiap karyawan agar mereka dapat bekerja lebih optimal dan menciptakan loyalitas dari karyawan itu sendiri terhadap perusahaan.

1.5 Batasan Penelitian

Batasan masalah yang diambil dari penelitian ini antara lain:

1. Peneliti melakukan penelitian kepada karyawan PT XYZ
2. Responden penelitian ini adalah karyawan tetap PT XYZ
3. Responden penelitian ini adalah karyawan PT XYZ yang sudah bekerja minimal selama 1 tahun.

1.6 Sistematika Penulisan Skripsi

BAB I Pendahuluan

Pada bab ini peneliti menjelaskan fenomena latar belakang dari penelitian ini, rumusan masalah dan pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan skripsi. Terdapat juga penjelasan singkat mengenai *perceived job stress*, *leadership support*, *global job satisfaction* dan juga *turnover intention*. Serta penjelasan mengenai fenomena yang ada di PT XYZ.

BAB II Landasan Teori

Pada bab ini peneliti menjelaskan mengenai teori dari tiap variabel yang ada di dalam penelitian. Mulai dari cangkupan besar teori manajemen hingga teori *perceived job stress, leadership support, global job satisfaction* dan juga *turnover intention*.

BAB III Metodologi Penelitian

Pada bab ini peneliti menjelaskan secara umum objek penelitian skripsi ini yaitu PT XYZ. Pada bab ini juga akan dijelaskan mengenai metode penelitian, metode pengambilan sampel, juga metode analisis data penelitian.

BAB IV Analisis dan Pembahasan

Pada bab ini peneliti akan menganalisis dan menjelaskan hasil dari penelitian yang sudah dilakukan. Dalam bab ini peneliti akan menjelaskan pengaruh dari tiap variabel dan bagaimana pengaruhnya.

BAB V Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini peneliti memberikan kesimpulan yang peneliti dapat dari hasil penelitian yang peneliti lakukan. Peneliti juga memberi saran untuk perusahaan dan juga untuk penelitian selanjutnya.

U M N
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA