



### **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:**

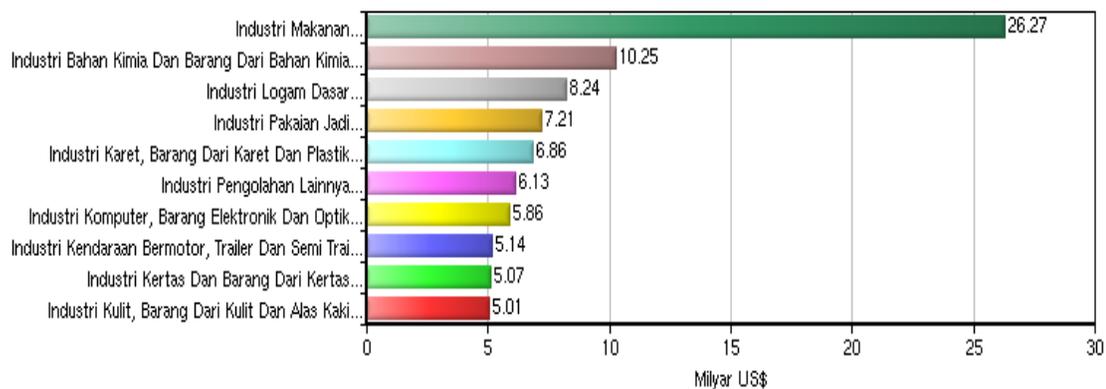
This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Industri kimia dewasa ini terus berkembang secara meluas dan terintegrasi. Peluang pengembangan industri kimia nasional juga masih terbuka lebar dimasa mendatang. Dengan jumlah penduduk Indonesia sekitar 230 juta jiwa dan ketersediaan sumber daya alam (SDA) yang melimpah, Indonesia memiliki peluang untuk menempatkan diri pada garis depan pengembangan industri kimia. Sebagaimana kita ketahui bahwa kehidupan manusia tidak bisa terlepas dari pemanfaatan bahan kimia yang diproduksi oleh industri kimia. Oleh karena itu, produksi dan konsumsi produk kimia sering digunakan sebagai tolak ukur tingkat kemajuan dan kesejahteraan masyarakat dalam suatu negara (Kemenperin RI, 2017).



Sumber : Kemenperin RI, 2016

**Gambar 1.1 Sepuluh Kelompok Hasil Industri dengan Nilai Ekspor Terbesar**

Berdasarkan data di atas, nilai ekspor industri kimia termasuk ke dalam sepuluh kelompok industri yang memiliki nilai ekspor terbesar pada tahun 2016 dengan nilai sebesar \$10,25 milyar. Nilai ekspor industri kimia berada diatas delapan industri lainnya yaitu industri logam dasar dengan nilai eskpor sebesar \$8,24 milyar, industri pakaian jadi dengan nilai ekspor sebesar \$7,21 milyar, industri karet, barang dari karet dan plastik dengan nilai ekspor sebesar \$6,86 milyar, industri pengolahan lainnya dengan nilai ekspor sebesar \$6,13 milyar, industri komputer, barang elektronik, dan optik dengan nilai sebesar \$5,86 milyar, industri kendaraan bermotor, trailer dan semi trailer dengan nilai ekspor sebesar \$5,14 milyar, industri kertas dan barang dari kertas dengan nilai ekspor sebesar \$5,07 milyar serta industri kulit, barang dari kulit dan alas kaki dengan nilai ekspor sebesar \$5,01 milyar (Kemenperin RI, 2016).



Sumber : Kemenperin RI, 2018

### Gambar 1.2 Industri Penyumbang PDB Terbesar di Sektor IKTA Tahun 2017

Berdasarkan data di atas terkait dengan kontribusi PDB tahun 2017 untuk sektor IKTA (Industri Kimia, Tekstil, dan Aneka) yang dikeluarkan oleh Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, penyumbang PDB terbesar dalam sektor IKTA

adalah industri kimia, industri pakaian jadi, industri barang galian bukan logam serta industri karet dan plastik. Industri kimia menjadi sektor industri yang memberikan kontribusi PDB paling besar dalam sektor IKTA, yaitu sebesar 1,25% dari total keseluruhan PDB 4,54%. Diikuti oleh industri pakaian jadi dengan kontribusi sebesar 0,80%, industri barang galian bukan logam dengan kontribusi sebesar 0,66% dan industri karet, barang dari karet dan plastik dengan kontribusi sebesar 0,63% (Kemenperin RI, 2018).

Industri kimia merujuk pada suatu industri yang terlibat dalam produksi zat kimia. Industri ini mencakup petrokimia, agrokimia, farmasi, cat, oleokimia, kimia dasar dan lainnya. Industri kimia terlibat dalam pemrosesan bahan mentah yang diperoleh melalui penambangan, pertanian, dan sumber-sumber lain, menjadi material, zat kimia, serta senyawa kimia yang dapat berupa produk akhir atau produk antara yang akan digunakan di industri lain (Fajrin, 2017).

Salah satu jenis industri kimia yang sering ditemui adalah industri kimia dasar. Industri kimia dasar termasuk contoh industri yang cukup penting untuk dimiliki oleh setiap negara. Hal tersebut disebabkan karena industri kimia dasar menghasilkan bahan baku dasar pembuatan produk-produk kimia yang sangat dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari (Heriatna, 2018).

Ada banyak jenis industri kimia dasar yang bisa ditemui disekitar kita, dimana salah satunya adalah *masterbatch*. *Masterbatch* merupakan salah satu jenis bahan aditif yang berperan penting dalam pembuatan plastik. Saat ini, *masterbatch* berada pada

posisi terdepan dalam industri kimia dasar seiring dengan pertumbuhan perekonomian di Indonesia (SWAOnline, 2014).

Sebagai salah satu industri yang memiliki potensi bisnis yang tinggi, tentunya banyak perusahaan yang bergerak dalam industri kimia. Salah satu perusahaan yang bergerak dalam industri ini adalah PT. XYZ. PT. XYZ merupakan perusahaan yang bergerak dalam industri kimia, khususnya dalam bidang *masterbatch*. PT. XYZ menghasilkan berbagai macam bahan baku yang dapat digunakan untuk memenuhi fungsi pewarnaan produk yang terbuat dari bahan dasar plastik.

Di tengah persaingan ketat diantara banyaknya perusahaan yang bergerak dalam industri ini, membuat perusahaan harus memiliki strategi yang tepat untuk menjaring pangsa pasar dan konsumen. Tingkat keberhasilan organisasi dalam menjalankan strategi tersebut sangatlah bergantung kepada faktor kualitas sumber daya manusia (SDM) sebagai subjek pelaku aktivitas bisnis perusahaan. Oleh karena itu, SDM merupakan salah satu elemen penentu daya saing perusahaan (DetikNews, 2016).

Dalam persaingan ekonomi yang semakin sulit dan dunia usaha berada dalam kondisi yang serba tidak pasti, salah satu tantangan besar yang membuat banyak perusahaan kesulitan adalah bagaimana meretensi karyawan-karyawan terbaik yang dimiliki perusahaan sehingga dapat menekan angka *turnover* karyawan (PortalHR, 2008).

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

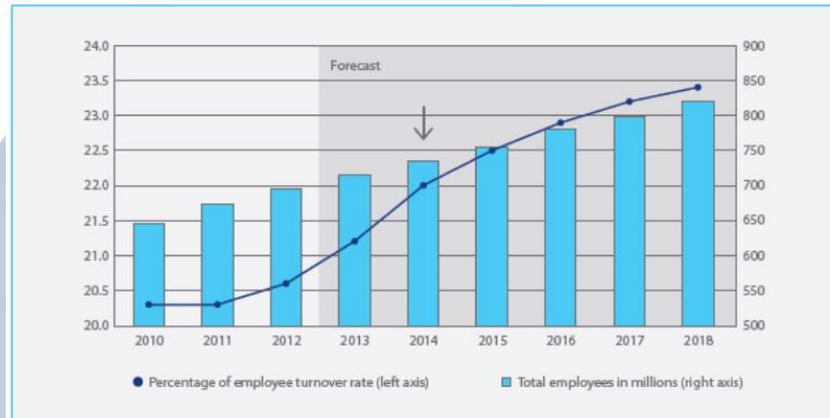


Fig. 2 Global turnover and number of employees  
Source: Hay Group Cebr analysis

Sumber : PortalHR, 2013

### Gambar 1.3 Presentase Rata-Rata Rasio *Turnover* Karyawan

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Hay Group yang bekerjasama dengan Centre for Economics & Business Research (Cebr), *turnover* karyawan secara global akan meningkat dalam tahun-tahun ke depan. 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 (ProtalHR, 2013).

Tingkat kesulitan perusahaan untuk meretensi karyawan-karyawan terbaik pun kini bertambah dengan adanya pergantian generasi di dunia kerja yang menuntut perusahaan untuk melakukan perubahan dalam tata kelola sumber daya manusia. Di dunia kerja saat ini, utamanya ada dua generasi dengan karakter berbeda yang sedang aktif menggeluti dunia kerja (Lestari, 2017).

Mereka adalah Gen X dan Gen Y yang juga kerap disebut sebagai Generasi *millenials*. Dibedakan berdasarkan rentang tahun kelahiran mereka, Gen X yang tengah mengisi dunia kerja saat ini adalah para karyawan yang lahir antara tahun 1961-1980. Sementara Gen Y yang kini mendominasi dunia kerja adalah karyawan yang lahir antara tahun 1981-2000 (Naim&Lenka, 2017).

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Jobplanet.com kepada 88.900 responden pada tahun 2015-2017 terkait dengan tingkat kesetiaan karyawan dari Gen X dan Gen Y, dibandingkan dengan Gen Y karyawan Gen X memiliki tingkat kesetiaan yang jauh lebih tinggi terhadap pekerjaan mereka. Sebanyak 42,5% karyawan Gen X bertahan di tempat kerjanya hingga lebih dari lima tahun. Sementara itu, hanya 10% dari mereka yang berpindah kerja dalam waktu satu tahun (Lestari, 2017).

Kemudian, sebanyak 76,7% dari karyawan Gen Y hanya bertahan 1-2 tahun di tempat kerjanya sebelum memutuskan untuk berpindah kerja. Hanya 9,5% dari mereka yang bertahan bekerja di satu tempat selama lima tahun atau lebih. Karyawan direntang usia ini bisa dikatakan belum lama memasuki dunia kerja (Lestari, 2017).

Dalam bekerja, Gen Y ini fokus mempelajari hal-hal baru dan memperkaya pengalaman mereka. Mereka pun tak segan berpindah kerja ketika merasa sudah tak mendapatkan tantangan atau ilmu baru di tempat kerja mereka. Dari hasil survei tersebut dapat dikatakan bahwa terdapat penurunan tingkat kesetiaan karyawan dari karyawan Gen X ke karyawan Gen Y. Hal itu pula yang menyebabkan karyawan dari Gen Y ini akrab dengan sebutan 'kutu loncat' (Lestari, 2017).

Padahal, peran *millennials* sebagai angkatan kerja utama di sebuah perusahaan justru semakin besar. Hal ini seiring dengan pensiunnya Generasi *Baby Boomers* dan kenaikan jabatan karyawan Gen X. Sudah menjadi rahasia umum bahwa Generasi *millennials* akan segera menjadi angkatan kerja terbesar di Indonesia (Triwijanarko, 2017).

Berdasarkan data BPS ditahun 2016, dari total jumlah angkatan kerja di Indonesia yang mencapai 160 juta, hampir 40% di antaranya tergolong *millennials* yaitu sebesar 62,5 juta. Terbanyak kedua setelah Gen X yang mencapai 69 juta, dan jauh di atasnya yaitu Generasi *Baby Boomers* yang hanya tersisa 28,7 juta (Triwijanarko, 2017).

Menurut Barness & Collier (2013, p. 489) tindakan atau aktivitas yang dilakukan oleh karyawan merupakan sebuah interpretasi dari perusahaannya, maka dari itu penting bagi sebuah perusahaan untuk memahami atau mengetahui tingkat komitmen yang dimiliki oleh karyawan terhadap karir mereka. Menurut Mueller, *et al.*, (1999) dalam Wickramasinghe (2016) *career commitment* didefinisikan sebagai rasa teridentifikasi dan rasa keterlibatan karyawan dengan pekerjaannya yang ditandai dengan tingkat kesetiaan karyawan terhadap profesi atau pekerjaannya.

Berdasarkan hasil *in-depth interview* yang telah dilakukan penulis kepada delapan karyawan Gen Y PT. XYZ terkait dengan variabel *career commitment*, sebanyak enam dari delapan karyawan mengatakan bahwa karir mereka saat ini bukanlah karir terbaik yang bisa mereka dapatkan, karena mereka merasa masih memiliki kesempatan untuk meningkatkan karir mereka dengan kenaikan jabatan atau

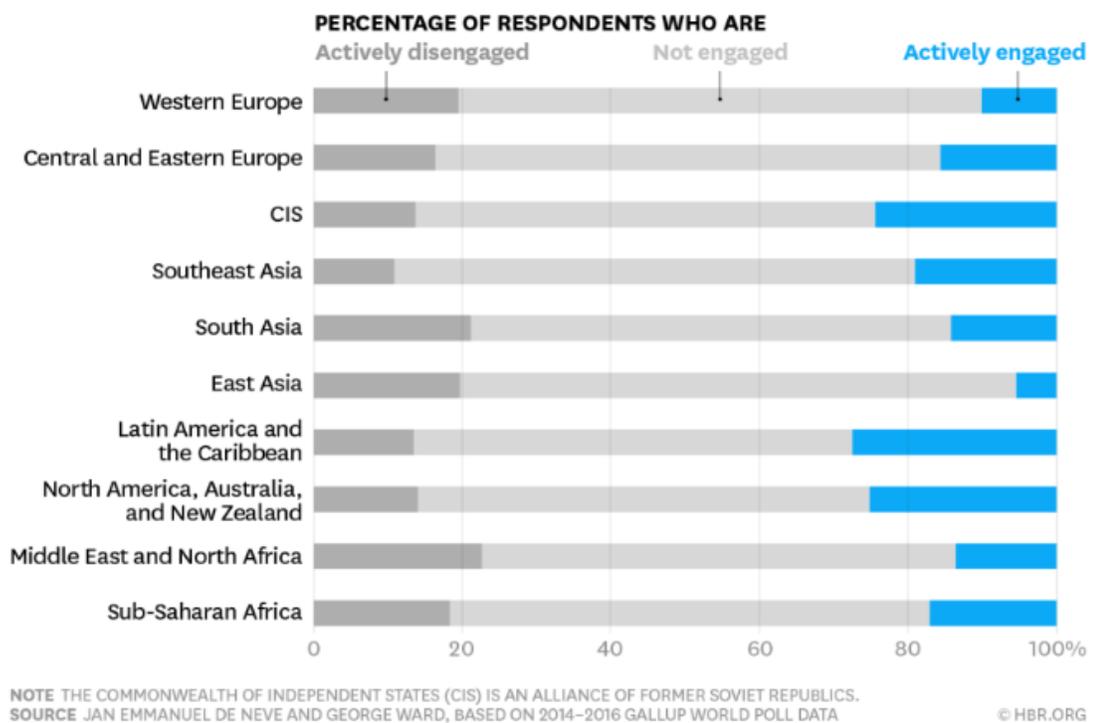
promosi. Kemudian, enam dari delapan karyawan mengatakan bahwa mereka tidak terlalu merasa bangga dengan karirnya di perusahaan saat ini karena jenjang karir dan pekerjaan yang monoton. Selain itu, empat dari delapan karyawan yang sudah bekerja selama lebih dari lima tahun mengatakan bahwa mereka tidak segan untuk pindah kerja ke perusahaan lain jika ditawarkan jenjang karir yang lebih tinggi karena sulit untuk dipromosikan di perusahaan saat ini.

Rendahnya tingkat *career commitment* yang dimiliki oleh karyawan dapat berakibat kepada loyalitas dan kinerja karyawan di perusahaan. Hal ini dianggap penulis sebagai permasalahan pokok yang dihadapi PT. XYZ terkait dengan variabel *career commitment*.

Kesiapan perusahaan untuk menyambut tenaga kerja *millennials* sangat krusial untuk menentukan keberlangsungan usaha. Perusahaan sekarang ini perlu mengembangkan sebuah kerangka acuan yang sistematis, terukur, dan komprehensif dalam mengelola sumber daya manusianya (Priambodo, 2015).

Berkaitan dengan hal itu, konsep *Engagement* adalah pilihan yang tepat. *Engagement* merupakan keterikatan emosional yang meliputi dua hal yaitu *Commitment* dan *Satisfaction karyawan*. Kedua hal tersebut mampu menumbuhkan gairah, motivasi, dan dorongan proaktif bagi karyawan untuk memberikan upaya yang optimal di setiap aktivitas bisnis perusahaan (Priambodo, 2015).

Namun berdasarkan survei yang dilakukan oleh Gallup pada tahun 2014-2016, tingkat *engagement* karyawan untuk wilayah Asia Tenggara berada dikisaran angka presentase 20%. Sementara untuk karyawan yang merasa *not engage* mencapai 60% dan yang merasa *actively disengage* hampir mencapai presentase 20% (Neve & Ward, 2017).



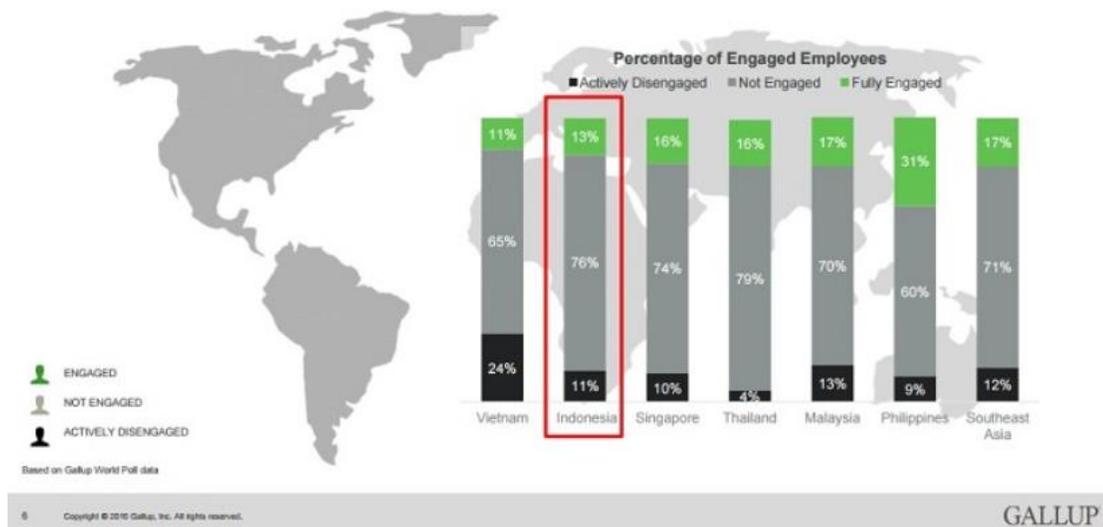
Sumber : Neve & Ward, 2017

**Gambar 1.4 Job Engagement by Region**

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

Salah satu negara di wilayah Asia Tenggara yang tingkat *engagement* pekerjaanya rendah adalah Negara Indonesia. Hal ini dibuktikan oleh data hasil survei yang dilakukan oleh Gallup pada tahun 2016. Hasil survei Gallup menyebutkan bahwa 80% pekerja di Indonesia dikategorikan sebagai *not engaged* di tempat kerja. Rinciannya hanya 13% pekerja yang *fully engaged*, 76% *not engaged*, dan 11% *actively disengaged*. Dibandingkan dengan negara-negara lain di ASEAN, posisi Indonesia dalam hal pekerja yang *engaged* hanya lebih baik dari Negara Vietnam dan masih kalah dari Negara Singapura, Thailand, Malaysia serta Filipina (PortalHR, 2015).

More than 80% of Indonesia's workforce is NOT engaged at work



Sumber : PortalHR, 2015

UNIVERSITAS  
 MULTIMEDIA  
 NUSANTARA

Gambar 1.5 Tingkat *Engagement* Pekerja di Indonesia

Sementara itu, dalam survei “*Employee Engagement Among Millennials*” yang menyertakan 1.200 narasumber pada tahun 2016, menunjukkan bahwa sebanyak 9% karyawan *millenials* merasa *disengaged* dengan perusahaan, kemudian sebanyak 66% tenaga kerja *millenials* merasa *not engaged* dan hanya 25% karyawan *millenials* yang merasa *fully engaged*. Hal tersebut tentunya sangat mengkhawatirkan, sebab golongan ini bisa berpindah ke *disengaged* jika perusahaan tidak lekas mengambil langkah antisipasi (Triwijanarko, 2017).

*Work engagement* dapat didefinisikan sebagai kondisi pikiran yang positif, memuaskan, dan berhubungan dengan pekerjaan yang mencakup konsep-konsep seperti *vigor*, *dedication* dan *absorption* (Schaufeli, *et al.*, 2002 dalam Barness, *et al.*, 2013).

*Vigor* ditandai oleh tingginya tingkat energi dan ketahanan mental seseorang saat bekerja, kesediaan untuk menginvestasikan upaya dalam pekerjaannya serta ketekunan bahkan dalam menghadapi kesulitan. *Dedication* dicirikan oleh rasa signifikansi, antusiasme, inspirasi, kebanggaan, dan tantangan. *Absorption* dicirikan dengan seseorang yang sangat berkonsentrasi dan asyik dalam pekerjaannya, di mana waktu berlalu dengan cepat (Salanova & Schaufeli, 2008 dalam Barness, *et al.*, 2013). Karyawan yang *engaged* memiliki tingkat energi yang tinggi dan antusias dengan pekerjaannya serta sering sepenuhnya tenggelam dalam pekerjaannya (Saks & Gruman, 2014 dalam Memon, *et al.*, 2016).

*Engagement* mampu mendorong karyawan memiliki kinerja yang baik, menghasilkan produktivitas yang tinggi, mengeluarkan ide-ide terbaik dan komitmen

yang tulus demi kesuksesan organisasi. Bila tidak ada *engagement*, karyawan akan merasa terpaksa dalam bekerja. Mereka akan berpikir, ini bukan sesuatu yang ingin mereka kerjakan tetapi mereka terpaksa mengerjakan hal-hal yang tidak mereka sukai (PortalHR, 2010).

Berdasarkan hasil *in-depth interview* terkait dengan variabel *work engagement*, sebanyak lima dari delapan karyawan merasa kurang bersemangat saat melakukan pekerjaannya karena beban pekerjaan yang cukup berat. Kemudian, delapan dari delapan karyawan merasa kurang antusias dalam bekerja karena jadwal kerja sampai hari sabtu dan beberapa pekerja merasa tidak terlalu menikmati pekerjaannya karena pekerjaan yang bersifat monoton, sehingga mereka sering merasa bosan ketika harus mengerjakan pekerjaan yang sama. Tekanan yang mereka rasakan pada saat bekerja juga mengakibatkan mereka tidak begitu menikmati waktu yang mereka habiskan untuk bekerja. Hal ini dianggap penulis sebagai permasalahan pokok yang dihadapi PT. XYZ terkait dengan variabel *work engagement*.

Pengaruh keterkaitan antara *work engagement* dan *career commitment* dalam penelitian ini yaitu ketika karyawan memiliki tingkat *engagement* yang tinggi terhadap pekerjaannya, maka karyawan tersebut dapat memiliki kemampuan untuk membangun komitmen karirnya dengan lebih baik. Hal tersebut dapat ditandai dengan tingkat loyalitas karyawan terhadap pekerjaan dan perusahaannya. (Barness, *et al.*, 2013).

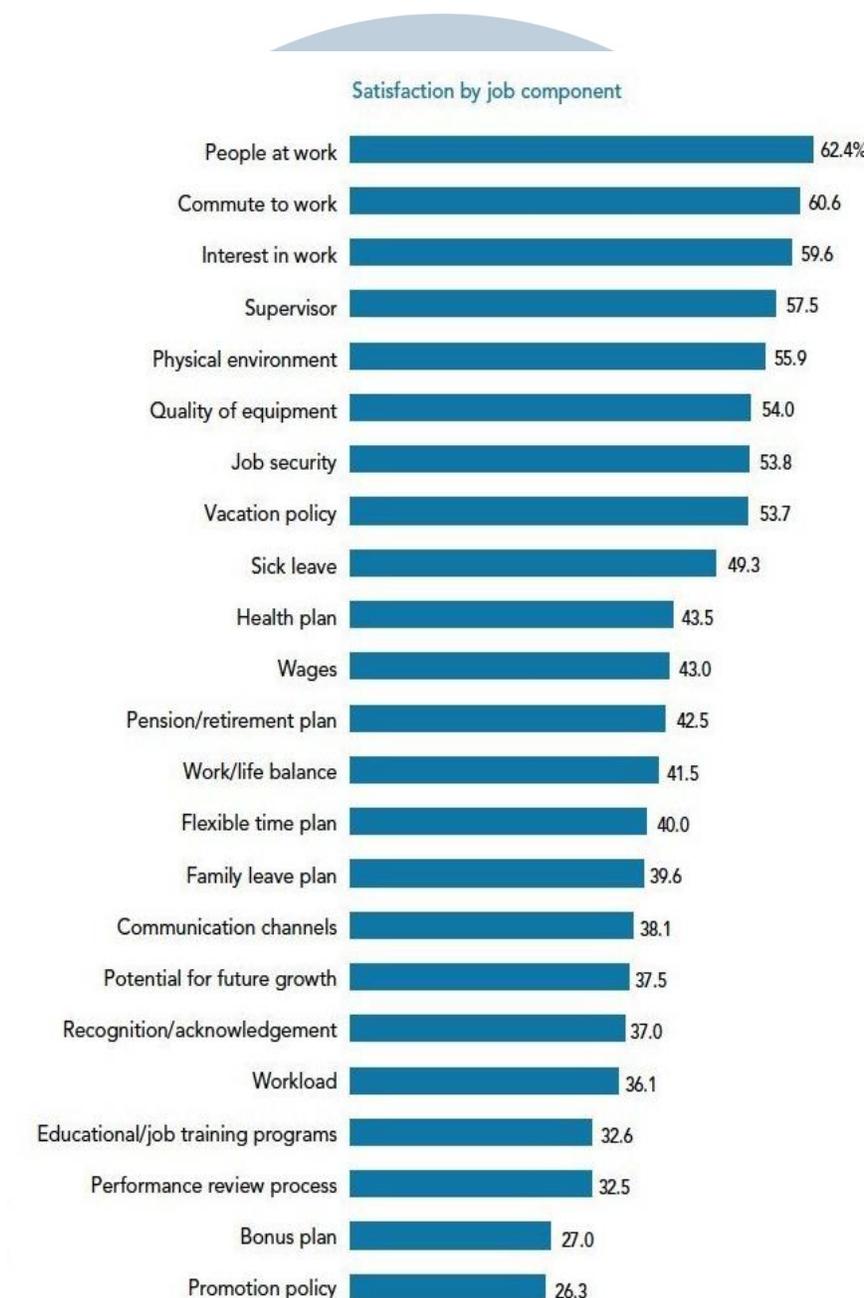
Sebagai sumber daya manusia disuatu perusahaan, karyawan memiliki peranan yang penting karena perkembangan diri mereka akan berpengaruh pada perkembangan perusahaan pula. Oleh sebab itu, perusahaan dianjurkan untuk rutin mengadakan survei

kepuasan karyawan demi mengetahui tingkat kepuasan karyawannya dalam lingkungan kerja dari waktu ke waktu. Pasalnya, kepuasan karyawan sangat berpengaruh terhadap produktivitas kerja mereka (SleekrHR, 2016).

Berdasarkan survei yang diadakan oleh *The Conference Board* kepada 1500 pekerja pada tahun 2017, terdapat beberapa indikator atau komponen yang dapat digunakan untuk mengukur tingkat *satisfaction* karyawan terhadap pekerjaannya. Beberapa diantaranya adalah karakteristik orang-orang di tempat kerja, lingkungan kerja, hubungan dengan atasan seperti supervisor atau manajer, hubungan dengan bawahan dan rekan kerja, gaji yang diberikan perusahaan, kualitas dari peralatan yang disediakan oleh perusahaan untuk menunjang pekerjaan, *flexible time*, tunjangan dan bonus yang diberikan, pelatihan dan pengembangan karir yang diadakan oleh perusahaan, beban pekerjaan yang diberikan serta kebijakan promosi (Hebert, 2018).

UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Sumber : Benefits & Pro, 2018

**Gambar 1.6 Satisfaction by Job Component**

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

Menurut Hoppock (1935) dalam Bendixen (2015) *job satisfaction* didefinisikan sebagai keadaan emosional dan perilaku seorang karyawan terhadap pekerjaannya. Variabel *job satisfaction* ini dapat dikatakan sebagai salah satu variabel yang berpengaruh terhadap *work engagement*.

Berdasarkan hasil *in-depth interview* terkait dengan variabel *job satisfaction*, sebanyak lima dari delapan karyawan merasa kurang puas dengan pekerjaannya karena beban pekerjaan yang diberikan tidak sebanding dengan gaji yang mereka terima. Kemudian enam dari delapan karyawan merasa kurang puas dengan tunjangan yang diberikan perusahaan karena untuk saat ini mereka hanya mendapatkan tunjangan kesehatan yaitu BPJS dan lima dari delapan karyawan merasa kurang puas dengan fasilitas yang diberikan perusahaan, seperti masjid yang kurang bersih, peralatan serta mesin yang sudah tua namun belum diganti.

Bahkan beberapa pekerja yang mendapatkan fasilitas kendaraan dari perusahaan merasa dipersulit untuk dapat melakukan *service* bagi kendaraannya, padahal memang kendaraannya saat itu benar-benar harus di *service*. Hal ini dianggap penulis sebagai permasalahan pokok yang dihadapi PT. XYZ terkait dengan variabel *job satisfaction*.

Variabel lain yang berpengaruh terhadap *work engagement* adalah variabel *affective commitment*. *Affective commitment* didefinisikan sebagai sebuah keterikatan emosional, rasa teridentifikasi dengan sesuatu dan keterlibatan dalam organisasi. (Allen & Meyer, 1991 dalam Naim, *et al.*, 2017). Tingkat komitmen yang dimiliki karyawan terhadap organisasinya dapat menunjukkan seberapa besar keterlibatan

karyawan dalam mengembangkan organisasi untuk mencapai tujuannya serta menunjukkan seberapa besar kesetiaan seseorang terhadap organisasinya.

Berdasarkan hasil *in-depth interview* terkait dengan variabel *affective commitment*, sebanyak lima dari delapan karyawan merasa kurang mempunyai keterikatan dengan perusahaan karena masih adanya senioritas dan mereka merasa hubungan antara karyawan dan manajemen kurang baik. Kemudian, empat dari delapan karyawan mengatakan bahwa mereka bersedia pindah jika keadaan perusahaan saat itu sedang sulit dan mereka mendapatkan tawaran pekerjaan ditempat lain dengan jenjang karir yang lebih tinggi atau gaji yang lebih besar. Hal tersebut dianggap penulis sebagai permasalahan pokok yang dihadapi PT. XYZ terkait dengan variabel *affective commitment*.

Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “ANALISIS PENGARUH *JOB SATISFACTION* DAN *AFFECTIVE COMMITMENT* TERHADAP *WORK ENGAGEMENT*, SERTA IMPLIKASINYA PADA *CAREER COMMITMENT*; TELAAH PADA KARYAWAN GENERASI Y DI PT. XYZ”.

U M N  
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

## 1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, peneliti merumuskan permasalahan yang diangkat menjadi pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah *job satisfaction* memiliki pengaruh positif terhadap *work engagement* pada karyawan Gen Y PT. XYZ?
2. Apakah *affective commitment* memiliki pengaruh positif terhadap *work engagement* pada karyawan Gen Y PT. XYZ?
3. Apakah *work engagement* memiliki pengaruh positif terhadap *career commitment* pada karyawan Gen Y PT. XYZ?

## 1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh positif *job satisfaction* terhadap *work engagement* pada karyawan Gen Y PT. XYZ.
2. Untuk mengetahui pengaruh positif *affective commitment* terhadap *work engagement* pada karyawan Gen Y PT. XYZ.
3. Untuk mengetahui pengaruh positif *work engagement* terhadap *career commitment* pada karyawan Gen Y PT. XYZ.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini dapat dijabarkan peneliti sebagai berikut :

### **1.4.1 Manfaat Akademis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat ilmu pengetahuan dan menjadi sumber informasi untuk para pembaca mengenai pengaruh *job satisfaction* dan *affective commitment* terhadap *work engagement*, serta implikasinya terhadap *career commitment* karyawan Gen Y PT. XYZ.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi dan saran bagi perusahaan dalam memperhatikan tingkat *job satisfaction*, *affective commitment*, *work engagement* dan *career commitment* bagi karyawannya. Sehingga perusahaan mampu mengembangkan sebuah strategi yang dapat membuat karyawan, khususnya karyawan Generasi Y agar memiliki komitmen tinggi terhadap karir mereka di perusahaan dan meningkatkan loyalitasnya terhadap perusahaan.

## **1.5 Batasan Penelitian**

1. Penulis akan melakukan penelitian terhadap karyawan Generasi Y yang bekerja di PT. XYZ.
2. Responden penelitian adalah karyawan Generasi Y yaitu karyawan yang lahir antara tahun 1981-2000 dan merupakan karyawan tetap serta sudah bekerja minimal 2 tahun di perusahaan.

3. Penelitian ini berfokus pada *job satisfaction* dan *affective commitment* yang berpengaruh terhadap *work engagement* serta implikasinya terhadap *career commitment* karyawan Generasi Y PT. XYZ.
4. Penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS versi 25 untuk *pre-test* dan AMOS versi 22 untuk *main-test*.

### **1.6 Sistematika Penulisan**

Penulisan skripsi ini terdiri dari 5 bab dan setiap bab memiliki fungsinya masing-masing. Kelima bab memiliki keterikatan antara satu dengan yang lainnya yang dimaksudkan agar skripsi ini menjadi jelas dan lengkap. Adapun sistematika penulisan skripsi ini sebagai berikut :

#### **BAB I Pendahuluan**

Pada bab ini diuraikan mengenai latar belakang penulisan dan alasan pemilihan judul, rumusan masalah dan pertanyaan penelitian, maksud dan tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan penelitian, serta sistematika penulisan skripsi.

#### **BAB II Landasan Teori**

Dalam bab ini terdapat pemahaman konsep dan dasar teoritis penelitian, hubungan variabel, penelitian terdahulu, model dan hipotesis penelitian, serta kerangka pemikiran.

### **BAB III Metodologi Penelitian**

Pada bab ini, penulis memaparkan gambaran secara umum objek penelitian. Dalam bab ini juga penulis menguraikan mengenai variabel penelitian beserta definisi operasionalnya, teknik pengumpulan data, teknik pengambilan sampel serta teknik analisis data yang digunakan.

### **BAB IV Analisis dan Pembahasan**

Bab ini memaparkan hasil-hasil dari penelitian berdasarkan hasil kuesioner yang dilakukan serta deskripsi dari analisis output kuesioner.

### **BAB V Kesimpulan dan Saran**

Bab ini berisi kesimpulan yang didapat berdasarkan dari hasil penelitian dan merupakan jawaban dari rumusan masalah, serta pada bab ini penulis juga memberikan saran-saran terkait dengan penelitian ini baik untuk perusahaan maupun untuk penelitian selanjutnya.

UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA