

## BAB III METODOLOGI PENELITIAN

### 3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Objek dari penelitian ini adalah karyawan Generasi Z yang merupakan penduduk DKI Jakarta dan sedang bekerja di DKI Jakarta. Pada tahun 2020, jumlah populasi Generasi Z di Indonesia telah mendominasi. Populasi Generasi Z tersebut mencapai 27,94% dari keseluruhan populasi Indonesia yaitu 270,20 juta jiwa (Badan Pusat Statistik, 2020). Kemudian menurut Badan Pusat Statistik DKI Jakarta, jumlah populasi Generasi Z tercatat sebanyak 2,55 juta jiwa atau 23,7% dari 10,75 juta jiwa penduduk provinsi DKI Jakarta pada tahun 2022. Lebih lanjut, terdapat 1,22 dari 1,49 juta jiwa angkatan kerja yang sedang bekerja di DKI Jakarta dalam kelompok umur 15 sampai 29 tahun (Badan Pusat Statistik (BPS), 2022).

Generasi Z atau sering disebut dengan *iGeneration*, *zoomers*, atau *post-millennial* merupakan suatu kelompok umur demografis yang lahir dalam rentang tahun 1997 sampai dengan 2012 (Eldrige, 2024; McKercher, 2023). Artinya, pada tahun 2024 kelompok umur Generasi Z sudah berusia 14 sampai 27 tahun. Generasi Z dikenal sebagai “*digital native*” karena generasi ini merupakan generasi pertama yang lahir dan tumbuh secara bersamaan dengan perkembangan teknologi dan internet, sehingga hal tersebut menjadikan teknologi dan internet sebagai kehidupan sehari-hari Generasi Z (McKinsey, 2023). Kemudian, Generasi Z juga memiliki keterbukaan yang lebih luas dan mudah dalam mengakses internet dibandingkan generasi sebelumnya (Sakitri, 2021). Saat ini, sebagian Generasi Z sudah mulai memasuki dunia kerja, dan sebagian lainnya masih sebagai siswa dan mahasiswa (McKinsey, 2023).

Setiap generasi memiliki keunikan dan karakteristiknya masing-masing. Generasi Z memiliki karakteristik yang mampu peduli terhadap dirinya sendiri dan juga orang lain disekitarnya, sangat mementingkan fleksibilitas, kolaboratif, dan memiliki sifat pragmatis (Witte, 2022). Selanjutnya, karena Generasi Z terbiasa dengan kehadiran teknologi, maka generasi tersebut memiliki karakteristik *tech savvy* atau gemar terhadap teknologi (Ulfah, 2022). Dengan demikian, Generasi Z

merupakan generasi yang inovatif, kreatif, efisien, individualis, dan mereka memanfaatkan internet untuk bersosialisasi (Magano *et al.*, 2020). Generasi Z dianggap sebagai generasi yang memiliki tingkat kreativitas dan inovasi yang kuat dan unik, karena Generasi Z gemar dengan teknologi (Sakitri, 2021).

Generasi Z merupakan generasi termuda dalam lingkungan kerjanya, namun Generasi Z memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan dengan generasi terdahulunya (Benítez-Márquez *et al.*, 2022). Dalam lingkungan kerja, Generasi Z lebih menyukai organisasi yang dapat menghargai dan memberikan kepercayaan terhadap diri mereka dalam proses penyelesaian pekerjaan, kemudian Generasi Z menyukai organisasi yang dapat memberikan kesempatan bagi mereka untuk mengembangkan dirinya, menerima *feedback*, serta mengaktualisasikan diri (Parry & Battista, 2019). Lebih lanjut, Generasi Z juga tertarik terhadap organisasi yang dapat memberikan *work life balance*, program pembelajaran dan pengembangan, serta memberikan *compensation* yang adil sesuai dengan usaha yang telah mereka berikan kepada organisasi (Leslie *et al.*, 2021). Tidak hanya itu, Generasi Z juga memiliki karakteristik ketidakpuasan terhadap pekerjaannya (Miller, 2019).

Peneliti menjadikan Generasi Z sebagai objek dari penelitian ini karena berdasarkan data dari hasil beberapa survei yang telah dilakukan di Indonesia, seperti survei IDN Times (2022) dan survei Tirto (2022), menunjukkan bahwa Generasi Z memiliki intensi yang cukup tinggi untuk meninggalkan dan berpindah ke tempat kerja yang baru. Berdasarkan data, dapat terlihat bahwa Generasi Z memiliki kecenderungan untuk bertahan di dalam suatu organisasi paling lama hanya mencapai 3 tahun. Serta, ditemukan juga apabila pekerjaan yang dilakukan oleh Generasi Z tersebut tidak sesuai dengan kriteria ideal mereka, maka Generasi Z cenderung memutuskan untuk berpindah tempat kerja. Walaupun minat berpindah tempat kerja Generasi Z cukup tinggi, tetapi Generasi Z akan senang untuk bekerja lebih lama di dalam suatu organisasi apabila pekerjaan tersebut menarik dan sesuai dengan apa yang mereka inginkan (Rachmawati, 2019).

## 3.2 Desain Penelitian

Peneliti perlu membuat desain penelitian sebelum memulai penelitian. Menurut Saunders *et al.* (2020) desain penelitian atau *research design* merupakan sebuah kerangka pengumpulan serta analisis data untuk mencari jawaban atas pertanyaan penelitian dan memenuhi tujuan penelitian yang jelas, melalui pemilihan sumber data, metode pengumpulan data, dan teknik analisis data. Sementara itu, Sekaran & Bougie (2019) juga menjelaskan bahwa desain penelitian merupakan rencana pengumpulan data, pengukuran data, serta analisis data, yang bertujuan untuk menjawab pertanyaan penelitian.

### 3.2.1 Metode Penelitian

Zikmund *et al.* (2019) dalam buku "*Business Research Methods*" mengatakan bahwa terdapat dua metode penelitian, yaitu sebagai berikut.

1) *Quantitative Research*

*Quantitative research* merupakan metode penelitian yang bersifat deduktif dan bertujuan untuk mempelajari serta menguji hubungan ataupun pengaruh antar variabel atau membahas pertanyaan penelitian, melalui penilaian empiris yang melibatkan pengukuran serta analisis numerik. Data kuantitatif dapat berupa numerik dan statistik.

2) *Qualitative Research*

*Qualitative research* merupakan metode penelitian yang bersifat induktif dan bertujuan untuk menambah suatu informasi baru yang terkait dengan fenomena atau permasalahan tertentu, melalui penilaian empiris yang melibatkan pendekatan non-numerik. Data kualitatif dapat mencakup data yang bersifat tekstual, visual, ataupun lisan.

Berdasarkan uraian metode penelitian diatas, metode penelitian yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif (*quantitative research*). Metode penelitian kuantitatif digunakan karena penelitian ini bertujuan untuk mencari hubungan antar variabel *compensation*, *job satisfaction*, *employee retention*, dan *turnover intention*. Lebih lanjut, proses

pengambilan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang kemudian akan diolah dan dianalisis melalui pengukuran numerik, serta ditarik kesimpulan untuk mengetahui pengaruhnya terhadap karyawan Generasi Z yang bekerja di DKI Jakarta.

### 3.2.2 Jenis Penelitian

Berdasarkan buku yang berjudul “*Research Methods for Business: a Skill Building Approach*” yang dikemukakan oleh Sekaran & Bougie (2019), terdapat tiga jenis penelitian, yaitu sebagai berikut.

1) *Exploratory Research*

*Exploratory research* merupakan jenis penelitian yang digunakan ketika penelitian tersebut memiliki sangat sedikit pengetahuan serta informasi yang tersedia mengenai objek penelitian yang hendak diteliti. Kemudian penelitian eksplorasi bersifat fleksibel dan mengandalkan pendekatan kualitatif. Biasanya, penelitian eksplorasi dikembangkan apabila suatu fenomena tertentu tidak memiliki banyak hal untuk diketahui, memiliki topik penelitian yang sangat kompleks, memiliki literatur yang terbatas untuk pengembangan kerangka teori, dan memiliki keterbatasan hasil penelitian. Dalam penelitian eksplorasi, pengumpulan data dapat dilakukan secara diskusi, wawancara, serta studi kasus.

2) *Descriptive Research*

*Descriptive research* merupakan jenis penelitian yang menggambarkan variabel-variabel dalam situasi tertentu yang menarik untuk diteliti dan dirancang untuk mengumpulkan data yang menggambarkan karakteristik suatu objek (seperti orang, organisasi, produk, atau merek), peristiwa, atau situasi. Penelitian deskriptif menggunakan pendekatan kualitatif dan kuantitatif.

3) *Causal Research*

*Causal research* merupakan jenis penelitian yang dikembangkan untuk membangun hubungan sebab-akibat antar variabel. Dalam konteks jenis penelitian ini, peneliti akan melakukan penelitian kausal apabila peneliti

tersebut tertarik untuk menggambarkan satu atau lebih faktor yang menyebabkan suatu fenomena atau permasalahan, sehingga peneliti akan menguji apakah suatu variabel dapat berubah atau tidak apabila dipengaruhi oleh variabel lainnya.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *descriptive research* dan *causal research*. Penggunaan *descriptive research* dalam penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menggambarkan karakteristik objek dalam penelitian ini, yaitu Generasi Z terhadap pengaruh antar variabel. Kemudian, peneliti dalam menyusun penelitian ini juga menggunakan *causal research* karena penelitian ini akan menguji variabel dalam penelitian, untuk melihat apakah terdapat pengaruh antara variabel *compensation*, *job satisfaction*, *employee retention*, dan *turnover intention*.

### **3.3 Populasi dan Sampel Penelitian**

#### **3.3.1 Populasi Penelitian**

Menurut Zikmund *et al.* (2019) dalam bukunya yang berjudul “*Business Research Methods*” menjelaskan bahwa populasi merupakan sekumpulan orang atau kelompok yang memiliki karakteristik yang sama. Kemudian menurut Sekaran & Bougie (2019) dalam bukunya yang berjudul “*Research Methods for Business: a Skill Building Approach*” mengatakan bahwa populasi mengacu kepada seluruh kelompok, orang, peristiwa, atau hal menarik lainnya yang menarik peneliti untuk melakukan penelitian. Populasi dalam penelitian ini mencakup penduduk Generasi Z di DKI Jakarta yang sedang bekerja pula di DKI Jakarta.

#### **3.3.2 Sampel Penelitian**

Menurut Zikmund *et al.* (2019), sampel merupakan sub bagian atau kelompok yang terpilih dari keseluruhan populasi. Kemudian berdasarkan buku “*Business Research Methods*” yang ditulis oleh Zikmund *et al.* (2019), sampel merupakan bagian dari jumlah populasi yang besar. Terdapat pula teknik

pengambilan sampel yang dijelaskan dalam buku Zikmund *et al.* (2019) yang sebagaimana diuraikan di bawah ini.

1) *Probability Sampling*

*Probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang dimana setiap elemen dalam populasi memiliki kesempatan atau probabilitas yang sama untuk dijadikan sampel penelitian. Teknik *probability sampling* dapat mencakup *simple random sampling*, *systematic random sampling*, *stratified sampling*, dan *cluster sampling*.

a) *Simple random sampling*

*Simple random sampling* merupakan salah satu metode pengambilan sampel yang menjamin setiap elemen dalam populasi memiliki peluang yang sama untuk diambil sebagai sampel. Teknik pengambilan sampel dalam *simple random sampling* dapat dilakukan dengan cara undian pada setiap elemen dalam populasi.

b) *Systematic random sampling*

*Systematic random sampling* merupakan metode pengambilan sampel dimana titik awal pengambilan dilakukan secara acak, kemudian sampel dipilih secara berurut dengan menggunakan skala atau interval tertentu yang telah ditetapkan dalam *sampling frame*.

c) *Stratified sampling*

*Stratified sampling* merupakan metode pengambilan *probability sampling* yang dimana peneliti melakukan proses pengelompokan atau stratifikasi terhadap populasi yang memiliki karakteristik yang sama, kemudian sampel akan diambil secara acak dari masing-masing stratifikasi atau kelompok tersebut.

d) *Cluster sampling*

*Cluster sampling* merupakan metode *probability sampling* yang dimana peneliti melibatkan proses pembagian populasi menjadi beberapa kelompok atau disebut dengan *cluster* yang memiliki karakteristik yang berbeda, kemudian sampel akan diambil secara acak dari setiap *cluster* tersebut.

## 2) *Non-Probability Sampling*

*Non-probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang dimana setiap elemen dalam populasi tidak memiliki peluang atau probabilitas yang sama untuk dijadikan sebagai sampel. Teknik *non-probability sampling* mencakup *judgmental sampling*, *quota sampling*, *snowball sampling*, dan *convenience sampling*.

### a) *Judgmental sampling*

*Judgmental sampling* atau *purposive sampling* merupakan metode *non-probability sampling* yang dimana pengambilan sampel dari setiap elemen dilakukan berdasarkan kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti. Dengan arti lain, dalam *judgmental sampling* peneliti telah menentukan kriteria responden agar setiap elemen dari populasi dapat diambil sebagai sampel.

### b) *Quota sampling*

*Quota sampling* merupakan metode pengambilan sampel yang memastikan bahwa setiap sampel akan mencakup kuota tertentu yang diperlukan untuk mewakili berbagai kelompok dari suatu populasi. Dengan arti lain, peneliti akan melakukan pengelompokan populasi berdasarkan karakteristik yang sama dan kuota yang telah ditentukan, kemudian setiap elemen dalam populasi akan diambil secara acak untuk dijadikan sampel.

### c) *Snowball sampling*

*Snowball sampling* merupakan metode pengambilan sampel dimana peneliti mencari salah satu partisipan penelitian untuk diteliti, kemudian peneliti akan meminta partisipan tersebut untuk merekomendasikan partisipan lainnya yang memiliki kriteria yang sesuai dengan keinginan peneliti untuk dapat diteliti.

### d) *Convenience sampling*

*Convenience sampling* adalah metode *non-probability sampling* dimana peneliti akan mengambil sampel atau melibatkan partisipan yang paling mudah untuk dijangkau oleh peneliti. Sehingga peneliti

dapat siapapun dari populasi untuk dijadikan sampel. Contohnya, orang-orang yang berada di supermarket atau suatu konferensi.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik pengambilan sampel *non-probability sampling*. Teknik tersebut digunakan karena tidak semua populasi dalam penelitian ini dapat dijadikan sampel. Selain itu, penelitian ini juga tidak memiliki daftar data populasi atau *sampling frame*. Lebih lanjut, metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *judgemental sampling*. Peneliti menggunakan metode *judgemental sampling* karena peneliti telah menetapkan kriteria khusus yang perlu dimiliki oleh setiap elemen dalam populasi agar dapat diambil sebagai sampel. Kriteria khusus tersebut merupakan penduduk Generasi Z dengan rentang umur 18 sampai 27 tahun di DKI Jakarta yang sedang bekerja di DKI Jakarta pula. Batasan umur minimum yang digunakan dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan pada peraturan *International Labour Organization* (ILO) No. 138 yang menyatakan bahwa usia minimum yang sudah diperbolehkan untuk bekerja adalah umur 18 tahun (*International Labour Organization K-138, 1973*). Kemudian berdasarkan UU Ketenagakerjaan No. 13 Tahun 2003 Pasal 1 Ayat 26 dan Pasal 68, menyatakan bahwa perusahaan dilarang mempekerjakan anak dibawah umur 18 tahun (*Undang-Undang RI No 13 Tahun 2003 Tentang Ketenagakerjaan, 2003*).

### **3.3.3 Sample Size**

Zikmund *et al.* (2019) mengungkapkan tentang *sample size* yang merupakan jumlah sebenarnya dari subjek yang dipilih sebagai sampel untuk mewakili karakteristik populasi penelitian. Hal utama dalam pengambilan sampel adalah terkait dengan representatif, dimana sampel yang representatif merupakan sampel yang dapat mencerminkan atau mewakili populasi secara akurat (Zikmund *et al.*, 2019). Selanjutnya, (Hair *et al.*, 2019) menyatakan bahwa terdapat hal-hal yang perlu diperhatikan dalam menentukan minimum ukuran sampel, yaitu sebagai berikut.

- 1) Jumlah sampel harus melebihi jumlah variabel dalam penelitian.

- 2) Jumlah minimal ukuran sampel secara absolut adalah 50 observasi.
- 3) Jumlah ukuran sampel minimal 5 sampai 10 kali observasi dari setiap variabel indikator dalam penelitian.

Dengan demikian, penelitian ini akan mengambil ukuran sampel dengan asumsi  $n \times 5$  observasi. Peneliti menggunakan 25 indikator pertanyaan dalam kuesioner untuk mengukur 4 variabel. Sehingga *sample size* dari penelitian ini adalah 25 indikator dikali 5 ( $25 \times 5$ ), yaitu 125 responden.

### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

#### 3.4.1 Sumber Pengumpulan Data

Menurut Sekaran dan Bougie. (2019) dalam bukunya yang berjudul “*Research Methods for Business: a Skill Building Approach*”, menjelaskan bahwa terdapat dua sumber atau cara pengumpulan data, yang diuraikan sebagai berikut.

- 1) *Primary Data*

*Primary data* didefinisikan sebagai sumber data yang diperoleh secara langsung tanpa adanya perantara. Perolehan data primer melibatkan perolehan data dari sumber aslinya untuk suatu tujuan penelitian tertentu. Sumber data primer ini dapat diperoleh melalui wawancara, observasi, penyebaran kuesioner, maupun eksperimen.

- 2) *Secondary Data*

*Secondary data* didefinisikan sebagai sumber data yang sudah ada sebelumnya. Sumber data ini telah dikumpulkan oleh orang lain untuk tujuan lain selain tujuan dari suatu penelitian. Sumber data sekunder dapat diperoleh melalui jurnal ilmiah, artikel, buku, publikasi pemerintah, dan situs internet lainnya.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *primary data* dan *secondary data*. *Primary data* dalam penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada Generasi Z yang sedang bekerja di DKI Jakarta. Kemudian *secondary*

*data* dalam penelitian ini diperoleh melalui jurnal ilmiah, buku, *e-book*, artikel, dan publikasi pemerintah.

### 3.4.2 Metode Pengumpulan Data

Berdasarkan buku yang berjudul “*Business Research Methods*” yang dituliskan oleh Zikmund *et al.* (2019) menjelaskan bahwa metode pengumpulan data merupakan kumpulan cara tentang bagaimana peneliti mengumpulkan data untuk mendukung penelitian yang dilakukan. Kemudian dalam buku tersebut juga dijelaskan bahwa terdapat dua metode pengumpulan data yaitu *observation* dan *survey*. Berikut merupakan uraian dari kedua metode pengumpulan data tersebut.

#### 1) *Observation*

*Observation* didefinisikan sebagai metode pengumpulan data yang secara sistematis dilakukan dengan observasi atau mengamati perilaku orang, objek, atau peristiwa yang sedang terjadi, kemudian dituliskan atau direkam untuk memperoleh informasi yang bermanfaat untuk suatu penelitian. Metode observasi dilakukan secara langsung oleh peneliti dengan metode pengumpulan data di lapangan, yaitu tempat atau konteks penelitian.

#### 2) *Survey*

*Survey* didefinisikan sebagai metode pengumpulan data primer melalui wawancara atau menyebarkan kuesioner kepada sampel penelitian. Metode survei biasanya digunakan untuk menghasilkan data kuantitatif, serta juga dapat digunakan apabila suatu penelitian memiliki jumlah populasi yang besar dan tersebar secara geografis, sehingga tidak memungkinkan untuk melakukan penelitian secara mendalam pada setiap elemen dari populasi. Dengan demikian, metode survei menggunakan wawancara dan kuesioner sebagai instrumen dalam pengumpulan datanya. Kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data melalui surat, telepon, atau secara *online*.

Berdasarkan penjabaran kedua metode pengumpulan data menurut Zikmund *et al.* (2019), penelitian ini menggunakan metode *survey* sebagai pengumpulan data informasi penelitian. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner secara *online* melalui media Google Form kepada para penduduk Generasi Z DKI Jakarta dan sedang bekerja di DKI Jakarta sesuai dengan kriteria penelitian yang sudah ditetapkan.

### **3.5 Periode Penelitian**

Penelitian ini dimulai pada bulan Februari hingga Mei 2024. Peneliti mengawali penelitian dengan melakukan riset permasalahan dan isu yang sedang terjadi untuk menentukan fenomena penelitian, kemudian mencari jurnal utama yang digunakan sebagai acuan dari penelitian ini, dan mulai melakukan penyusunan laporan penelitian sesuai sistematika penulisan yang telah ditentukan. Selanjutnya, pengambilan data pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *pre-test* dan *main test*. *Pre-test* dilakukan untuk menguji tingkat validitas dan reliabilitas variabel yang akan diteliti. Periode *pre-test* dilakukan pada bulan Maret 2024, dengan menyebarkan kuesioner dan memerlukan minimum 40 responden. Apabila hasil uji *pre-test* dapat dinyatakan valid dan reliabel, maka penelitian dapat dilanjutkan dengan *main test*. *Main test* dilakukan pada bulan April 2024, dengan menyebarkan kuesioner kepada objek penelitian ini. Dengan demikian, total waktu untuk menyelesaikan penelitian ini adalah sekitar 4 bulan lamanya.

### **3.6 Skala penelitian**

Zikmund *et al.* (2019) menjelaskan bahwa *likert scale* merupakan suatu alat pengukuran sikap yang dirancang untuk memperbolehkan responden menilai suatu pernyataan baik secara positif maupun negatif. *Likert scale* bertujuan untuk melihat seberapa kuat responden setuju atau tidak setuju pada pernyataan yang sudah disusun dalam kuesioner. Penelitian ini menggunakan pengukuran *likert scale* dengan skala 1 yaitu “Sangat Tidak Setuju” hingga skala 5 yaitu “Sangat Setuju”. Para responden dari penelitian ini diminta untuk memberikan tanggapan mereka

pada pernyataan yang tertera di kuesioner yang telah dibagikan dengan ketentuan sebagai berikut.

**Tabel 3.1 Tabel *Likert Scale***

<b>Keterangan</b>	<b><i>Likert Scale</i></b>
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Netral (N)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

Sumber: Zikmund (2019)

### **3.7 Variabel Penelitian**

Sekaran dan Bougie (2019) menjelaskan bahwa variabel merupakan sesuatu yang dapat memperoleh nilai dan variasi yang berbeda dalam peristiwa tertentu. Nilai tersebut dapat memiliki hasil yang berbeda pada periode waktu yang berbeda dalam objek penelitian yang sama, atau pada periode waktu yang berbeda dalam objek penelitian yang berbeda pula. Dalam penelitian ini, terdapat 3 variabel yang digunakan yaitu *exogenous latent variable* (variabel bebas), *endogenous latent variable* (variabel terikat), dan variabel mediasi

#### **3.7.1 *Latent Variable***

Hair *et al.* (2019) dalam bukunya yang berjudul “*Multivariate Data Analysis*” menjelaskan bahwa *latent variable* merupakan fenomena atau variabel yang tidak dapat diukur secara langsung, namun variabel laten tetap dapat diukur atau direpresentasikan dengan satu atau lebih variabel (indikator). Variabel laten dapat mencakup variabel eksogen dan endogen, sebagaimana dijelaskan sebagai berikut.

### **3.7.1.1 Exogenous Latent Variable**

Menurut Hair *et al.* (2019), *exogenous latent variable* merupakan variabel multi item yang berfungsi sebagai *independent variable*. Dengan arti lain, variabel eksogen dapat menjadi penyebab atau yang dapat mempengaruhi variabel endogen baik secara positif maupun negatif. Variabel eksogen ditentukan oleh faktor-faktor diluar model, sehingga variabel eksogen tidak dapat dijelaskan oleh variabel lain dalam model. Penelitian ini menggunakan 2 variabel eksogen, yaitu *compensation* dan *job satisfaction*.

### **3.7.1.2 Endogenous Latent Variable**

Berdasarkan buku yang ditulis oleh Hair *et al.* (2019), *endogenous latent variable* merupakan variabel multi item yang berfungsi sebagai *dependent variable*. Dalam arti lain, variabel endogen dapat menjadi variabel akibat atau variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen. Secara teoritis, variabel endogen ditentukan oleh faktor-faktor dalam model, sehingga variabel endogen sangat bergantung pada variabel atau konstruksi lain. Penelitian ini menggunakan 3 variabel endogen yaitu, *job satisfaction*, *employee retention*, dan *turnover intention*.

### **3.7.2 Mediation Variable**

Hair *et al.* (2019) *mediator* merupakan suatu situasi dimana terdapat satu atau lebih variabel yang berperan sebagai mediator yang bertujuan untuk memfasilitasi penjelasan hubungan antara dua variabel atau konstruksi lainnya. Dengan kata lain, variabel mediasi merupakan variabel yang menjadi penghubung antara variabel eksogen dengan variabel endogen. Penelitian ini hanya menggunakan 1 variabel mediasi yaitu *job satisfaction*.

### **3.7.3 Manifest Variable**

Hair *et al.* (2019) dalam bukunya beranggapan bahwa *manifest variable* atau dapat disebut dengan variabel indikator merupakan indikator yang berguna

dalam mengukur item atau pernyataan tertentu. *Manifest variable* digunakan sebagai indikator dalam variabel laten yang tidak bisa diukur secara langsung. *Manifest variable* dapat diperoleh dari survei dan observasi, atau dapat juga diperoleh dari *secondary data*. Pada penelitian ini, variabel *compensation* diukur menggunakan indikator COMP1, COMP2, COMP3, COMP4, COMP5, dan COMP6. Selanjutnya, variabel *job satisfaction* diukur menggunakan indikator JS1, JS2, JS3, JS4, JS5, dan JS6. Kemudian, untuk variabel *employee retention* diukur menggunakan indikator ER1, ER2, ER3, ER4, ER5, ER6, dan ER7. Dan yang terakhir, variabel *turnover intention* diukur dengan indikator TI1, TI2, TI3, TI4, TI5, dan TI6.

### **3.8 Teknik Analisis Data**

#### **3.8.1 Analisis Data Pre-Test Menggunakan *Statistical Product and Service Solutions (SPSS)***

Menurut Zikmund *et al.* (2019), teknik analisis data merupakan teknik untuk menganalisis data-data penelitian yang telah dikumpulkan menggunakan teknik analisis dari suatu aplikasi pengelola data penelitian. Penelitian ini menggunakan *software IBM Statistical Product and Service Solutions (SPSS)* versi 26 untuk menganalisis data *pre-test*. Menurut Ghozali (2018) SPSS merupakan *software* yang berfungsi untuk mengolah analisis data serta melakukan perhitungan statistik baik untuk statistik parametrik maupun non-parametrik. Data yang telah dikumpulkan melalui kuesioner akan dilakukan pengujian terhadap uji validitas dan reliabilitas, untuk melihat apakah indikator yang digunakan pada penelitian tersebut akurat atau tidak.

##### **3.8.1.1 Uji Validitas**

Ghozali (2018) mendefinisikan uji validitas sebagai uji yang berguna untuk mengukur tingkat validitas atau sahnyanya suatu kuesioner penelitian. Suatu kuesioner dapat dianggap valid apabila pertanyaan dalam kuesioner tersebut dapat dengan tepat mengungkapkan sesuatu yang akan menjadi bahan ukur dari kuesioner tersebut. Kemudian

Ghozali (2018) mengatakan bahwa uji validitas dan reliabilitas dapat diukur menggunakan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA). CFA merupakan uji yang digunakan dalam menguji suatu indikator untuk melihat apakah indikator yang digunakan dalam penelitian dapat mengkonfirmasi suatu konstruk atau variabelnya.

Adapun menurut Hair *et al.* (2019) menjelaskan bahwa *factor analysis* dapat dilakukan dengan menguji *Kaiser-Meyer-Olkin* (KMO) *Measure of Sampling Adequacy* (MSA), yang dimana melakukan pengukuran yang berfungsi untuk mengukur tingkat interkorelasi antar variabel. Kemudian menguji *Bartlett's Test of Sphericity*, yang dilakukan untuk menentukan apakah suatu variabel memiliki korelasi dengan variabel lainnya dalam penelitian. Setelah itu menguji *Anti Image Correlation Matrix*, yang berfungsi untuk menganalisis faktor yang bertujuan untuk melihat sejauh mana faktor-faktor tersebut layak untuk digunakan dalam penelitian. Dan yang terakhir adalah menguji *Factor Loading of Component Matrix*, yang dimana melakukan analisis faktor dengan tujuan menunjukkan tingkat korelasi antara variabel dengan faktor. Menurut Hair *et al.* (2019) juga menjelaskan bahwa terdapat *rule of thumb* atau syarat pengukuran yang harus dipenuhi dalam uji validitas, untuk menentukan valid atau tidaknya suatu indikator yang digunakan dalam penelitian. Berikut merupakan tabel penjelasannya.

Tabel 3.2 Syarat Pengukuran Uji Validitas SPSS

No	Ukuran Validitas	<i>Rule of Thumb</i>
1	<i>Kaiser-Meyer-Olkin</i> (KMO) <i>Measure of Sampling Adequacy</i> Pengukuran yang berfungsi untuk mengukur tingkat interkorelasi antar variabel	Jika nilai <b>KMO</b> $\geq$ <b>0.5</b> maka memiliki arti bahwa instrumen sudah memadai dalam kecukupan <i>sampling</i> secara keseluruhan pada setiap indikator yang ada, sehingga instrumen dapat dikatakan <b>valid</b> dan dapat dilanjutkan ke analisis selanjutnya
2	<i>Bartlett's Test of Sphericity</i>	Jika nilai <b>sig. Bartlett's</b> $<$ <b>0.05</b>

	Merupakan uji statistik yang berfungsi untuk menentukan apakah suatu variabel memiliki korelasi dengan variabel lainnya	maka memiliki arti bahwa terdapat hubungan yang signifikan antar variabel, sehingga data tersebut dikatakan <b>valid</b> dan dapat dilanjutkan untuk analisis lainnya.
3	<b>Anti Image Correlation Matrix</b> Merupakan analisis faktor yang berfungsi untuk melihat sejauh mana faktor-faktor tersebut layak untuk dilakukan penelitian	Nilai yang ditunjukkan pada <i>anti image correlation matrix</i> merupakan nilai <i>Measure of Sampling Adequacy (MSA)</i> , yang dimana jika nilai <b>MSA <math>\geq</math> 0.5</b> maka memiliki arti bahwa variabel dapat diprediksi dan dilakukan analisis secara lebih lanjut
4	<b>Factor Loading of Component Matrix</b> Merupakan analisis faktor yang menunjukkan tingkat korelasi antara variabel dengan faktor	Jika nilai <b>factor loading <math>\geq</math> 0.5</b> maka instrumen tersebut dikatakan valid dalam mengukur suatu konstruk dan dapat dilanjutkan untuk analisis selanjutnya

Sumber: Hair *et al.* (2019)

### 3.8.1.2 Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2018) menyatakan bahwa uji reliabilitas merupakan suatu alat ukur yang berfungsi untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari konstruk atau variabel. Suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel apabila jawaban responden terhadap pertanyaan dalam kuesioner tersebut konsisten atau stabil. Kemudian Hair *et al.* (2019) beranggapan bahwa uji reliabilitas merupakan uji terkait dengan sejauh mana variabel yang diteliti dapat mengukur “*true value*” dan “*error free*”. Pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan *Cronbach’s Alpha*, yang dimana suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel apabila nilai ***Cronbach’s Alpha*  $\geq$  0.7**.

### **3.8.2 Analisis Data *Main-Test* Menggunakan *Structural Equation Model* (SEM)**

*Structural Equation Model* (SEM) merupakan teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini untuk menganalisis data *main test*. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan *software* SmartPLS 4.0 sebagai alat pendukung dalam mengolah data SEM. Hair *et al.* (2019) mengartikan *Structural Equation Model* (SEM) sebagai teknik analisis multivariat dengan menggabungkan aspek analisis faktor dan regresi berganda yang memungkinkan para peneliti untuk dapat memeriksa atau menganalisis hubungan antar konstruk dan variabel secara bersamaan. Kemudian, Hair *et al.* (2019) juga mengungkapkan bahwa terdapat 2 model dalam analisis PLS-SEM, yaitu *measurement model* (*outer model*) dan *structural model* (*inner model*).

#### **3.8.2.1 *Measurement Model* (*Outer Model*)**

*Measurement model* (*outer model*) merupakan model pengukuran yang melihat bagaimana hubungan variabel yang diukur dapat mewakili konstruk dalam penelitian Hair *et al.* (2019). Kemudian menurut Hair *et al.* (2019) menjelaskan bahwa dalam *outer model*, terdapat 2 model pengukuran yaitu *reflective measurement model* dan *formative measurement model*. *Reflective measurement model* merupakan teori pengukuran yang didasarkan pada gagasan dimana konstruk laten pada model penelitian dapat menyebabkan munculnya atau membentuk suatu variabel (indikator) yang akan diukur. Sedangkan *formative measurement model* merupakan pengukuran dimana variabel (indikator) yang diukur dapat membentuk suatu konsep atau konstruk laten dan tidak mampu untuk memprediksi suatu konsep sepenuhnya.

Apabila teori pengukuran yang digunakan adalah *reflective measurement model*, maka perlu dilakukan pengukuran dan signifikansi pemuatan, *construct reliability*, *convergent validity*, dan *discriminant validity* (Hair *et al.*, 2019). Namun apabila teori pengukuran yang digunakan adalah *formative measurement model*, maka perlu dilakukan

pengukuran signifikansi bobot indikator, *convergent validity*, dan *multicollinearity* (Hair *et al.*, 2019). Penelitian ini menggunakan *reflective measurement model* karena pada penelitian ini menggunakan variabel laten yang dapat menyebabkan munculnya atau terbentuknya suatu indikator yang akan diukur. Oleh karena itu, penelitian ini perlu dilakukan *indicator loading*, *convergent validity*, *discriminant validity*, dan *construct reliability*.

#### 1) Uji Validitas

Uji validitas didefinisikan sebagai uji yang ditujukan untuk melihat sejauh mana tingkat keakuratan instrumen dalam suatu penelitian (Hair *et al.*, 2019). Menurut Hair *et al.* (2019) juga menyatakan bahwa terdapat 2 jenis yang dapat dilakukan yaitu *convergent validity* dan *discriminant validity*. *Convergent validity* merupakan model pengukuran reflektif dengan tujuan untuk mengukur sejauh mana indikator konstruk berkorelasi. Sedangkan *discriminant validity* merupakan uji pengukuran yang dilakukan untuk melihat seberapa unik dan sejauh mana indikator berkorelasi dengan semua konstruk dalam suatu model penelitian. Adapun kriteria yang perlu dipenuhi dalam uji validitas untuk melihat apakah suatu konstruk dan indikator dapat dikatakan valid atau tidak, yaitu sebagai berikut.

Tabel 3.3 Syarat Pengukuran Uji Validitas PLS-SEM

No	Jenis Validitas	Parameter	Rule of Thumb
1	<i>Convergent Validity</i> Model pengukuran reflektif yang mengukur sejauh mana indikator konstruk berkorelasi	<i>Outer Loadings</i>	Jika nilai <i>outer loading</i> $\geq 0.7$ maka data dapat dianggap <b>valid</b>
		<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	Jika nilai <b>AVE</b> $\geq 0.5$ maka rata-rata konstruk menjelaskan 50 persen atau lebih varians indikatornya,

			sehingga data dapat dikatakan <b>valid</b>
2	<b><i>Discriminant Validity</i></b> Mengukur seberapa unik indikator dan sejauh mana konstruk berkorelasi dengan semua konstruk lainnya dalam suatu model	<i>Cross Loadings</i>	Jika nilai <i>cross loading</i> pada suatu variabel > dari nilai <i>cross loading</i> variabel lainnya, maka data <b>valid</b> ( <b><i>cross loading</i> variabel &gt; <i>cross loading</i> variabel lainnya</b> )
		<i>Heterotrait-monotrait ratio</i> (HTMT)	Dapat dikatakan <b>valid</b> apabila nilai <b>HTMT &lt; 0.9</b> (untuk konstruk yang serupa) dan <b>HTMT &lt; 0.85</b> (untuk konstruk yang tidak serupa)
		<i>Fornell-Larcker Criterion</i>	Jika nilai akar AVE > dari korelasi tertinggi konstruk lainnya, maka dapat dikatakan <b>valid</b> ( <b>nilai akar AVE konstruk &gt; konstruk lainnya</b> )

Sumber: Hair *et al.*, (2019)

## 2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas diartikan sebagai pengukuran sejauh mana indikator dari konstruk atau variabel laten konsisten secara internal (Hair *et al.*, 2019). Kemudian Hair *et al.* (2019) juga mengatakan bahwa pengujian reliabilitas dalam PLS-SEM dapat dilakukan dengan *construct reliability*, yang merupakan suatu model pengukuran reflektif untuk mengukur sejauh mana indikator konstruk berkorelasi. *Construct reliability* dapat diukur berdasarkan parameter *composite reliability* dan *cronbach's alpha*. Adapun kriteria yang perlu dipenuhi untuk mendapatkan hasil data yang reliabel, yaitu sebagai berikut.

Tabel 3.4 Syarat Pengukuran Uji Reliabilitas PLS-SEM

No	Jenis Reliabilitas	Parameter	Rule of Thumb
1	<b>Construct Reliability</b> Model pengukuran reflektif yang mengukur sejauh mana indikator konstruk berkorelasi	<i>Composite reliability</i>	Jika nilai <b>composite reliability</b> $\geq 0.7$ maka data dapat dianggap <b>reliabel</b>
		<i>Cronbach's alpha</i>	Jika nilai <b>cronbach's alpha</b> $\geq 0.7$ maka data dapat dikatakan <b>reliabel</b>

Sumber: Hair *et al.*, (2019)

### 3.8.2.1 Structural Model (Inner Model)

*Structural model (inner model)* merupakan model struktural yang menunjukkan bagaimana suatu konstruk dalam penelitian dapat dikaitkan satu sama lain (Hair *et al.*, 2019). Dalam buku Hair *et al.* (2019) juga menjelaskan bahwa langkah pertama dalam menggunakan *structural model* adalah memeriksa prediktor untuk *collinearity*. *Collinearity* merupakan pengukuran untuk melihat tingkat korelasi antar variabel penelitian. Apabila *collinearity* sudah baik, maka dapat dilakukan untuk kemampuan dalam memprediksi konstruksi endogen dan/atau indikator.

Selanjutnya, penilaian prediksi didasarkan pada *the coefficient of determination* ( $R^2$ ), yang merupakan pengukuran seberapa besar variansi dalam konstruk endogen. Kemudian *the effect size* ( $f^2$ ), yang merupakan pengukuran sejauh mana pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen dalam suatu model. Setelah itu *predictive relevance* ( $Q^2$ ), yang menilai apakah suatu model dalam penelitian dapat memprediksi data secara akurat. Dan yang terakhir *significance of the path coefficients*, yang bertujuan untuk melihat signifikansi model.

Berikut merupakan tabel *rule of thumb* atau syarat nilai yang perlu dipenuhi dari *structural model* dalam PLS-SEM, yang mencakup parameter *collinearity*, *the coefficients of determination* ( $R^2$ ), *the effect size* ( $f^2$ ), dan *predictive relevance* ( $Q^2$ ).

Tabel 3.5 Syarat Pengukuran Structural Model PLS-SEM

No	Parameter	Rule of Thumb
1	<b>Collinearity</b> Terjadi ketika dua atau lebih variabel dalam penelitian sangat berkorelasi. Standar metrik dalam mengukur <i>collinearity</i> adalah menggunakan <i>Variance Inflation Factor</i> (VIF)	Jika nilai <b>VIF</b> $\geq 5$ maka terdapat masalah pada kolinearitas (nilai VIF akan berwarna merah). Semakin tinggi VIF, maka semakin tinggi pula tingkat kolinearitas. Apabila nilai <b>VIF</b> $\leq 5$ maka tingkat kolinearitas rendah.
2	<b>The coefficient of determination (<math>R^2</math>)</b> Pengukuran sejauh mana proporsi variansi dalam konstruk endogen dapat dijelaskan dalam model struktural	Nilai $R^2$ berkisar <b>0 - 1</b> (0 = tidak ada hubungan dan 1 = memiliki hubungan yang sempurna) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Jika nilai <math>R^2 \rightarrow 0.25</math> maka dapat dikatakan <b>lemah</b></li> <li>• Jika nilai <math>R^2 \rightarrow 0.5</math> maka dapat dikatakan <b>sedang</b></li> <li>• Jika nilai <math>R^2 \rightarrow 0.75</math> maka dapat dikatakan <b>kuat</b></li> </ul>
3	<b>The effect size (<math>f^2</math>)</b> Pengukuran sejauh mana pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen dalam model struktural	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jika nilai <math>f^2 &lt; 0.02</math> maka <b>tidak memiliki efek</b></li> <li>• Jika nilai <math>f^2 \rightarrow 0.02</math> maka memiliki <b>efek kecil</b></li> <li>• Jika nilai <math>f^2 \rightarrow 0.15</math> maka memiliki <b>efek sedang</b></li> <li>• Jika nilai <math>f^2 \rightarrow 0.35</math> maka memiliki <b>efek besar</b></li> </ul>
4	<b>Predictive relevance (<math>Q^2</math>)</b> Menilai apakah model dapat secara akurat memprediksi data secara akurat	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jika nilai <math>Q^2 &gt; 0</math> maka model menunjukkan relevansi prediktif yang akurat</li> <li>• Jika nilai <math>Q^2 &lt; 0</math> maka model menunjukkan kurangnya relevansi prediktif</li> </ul>

Sumber: Hair *et al.*, (2019)

### 3.9 Uji Hipotesis

Hair *et al.* (2019) dalam bukunya mengemukakan bahwa terdapat 2 uji yang dapat menentukan pengujian hipotesis penelitian dengan melihat signifikansinya, yaitu menggunakan *t-critical values*, *p-values*, dan *path coefficients*. Signifikansi statistik dalam penelitian ini akan diperoleh menggunakan prosedur *bootstrapping*.

Terdapat beberapa ketentuan yang perlu dipenuhi dalam pengujian hipotesis, yaitu sebagai berikut.

1) *t-critical value*

*t-critical value* merupakan kriteria yang diterapkan untuk menentukan signifikansi koefisien dalam model (Hair *et al.*, 2019). Penelitian ini menggunakan *t-values one-tailed* atau *single tailed*, karena hipotesis dalam penelitian ini menggunakan hipotesis 1 arah. Penelitian ini menggunakan *significance level 5%* ( $\alpha = 0.05$ ) dengan *t-critical value* (1.65). Apabila *t-critical value* lebih besar dari atau sama dengan *t-critical value* (1.65), maka hipotesis penelitian dapat dinyatakan memiliki pengaruh yang signifikan.

2) *p-values*

*p-values* merupakan pengukuran yang digunakan untuk melihat pengaruh signifikan atau tidak signifikan hubungan antar variabel dalam hipotesis penelitian (Hair *et al.*, 2019). Apabila nilai *p-value*  $\leq 0.05$ , maka hipotesis penelitian dinyatakan memiliki pengaruh yang signifikan. Namun apabila nilai *p-value*  $\geq 0.05$ , maka hipotesis penelitian dinyatakan tidak memiliki pengaruh yang signifikan.

3) *Path Coefficients*

*Path coefficients* merupakan analisis jalur yang memiliki fungsi untuk memeriksa relevansi hubungan struktural, dimana *path coefficients* akan menunjukkan arah apakah suatu hipotesis penelitian memiliki arah hubungan yang positif atau negatif. Nilai *path coefficients* distandarisasi oleh nilai -1 sampai +1. Nilai -1 menunjukkan adanya hubungan atau pengaruh negatif antar konstruk, kemudian nilai +1 menunjukkan adanya hubungan atau pengaruh positif antar konstruk, sementara itu apabila nilai menunjukkan angka 0, maka artinya tidak ada hubungan atau pengaruh antar konstruk.

### 3.10 Tabel Operasionalisasi Variabel

Tabel 3.6 Tabel Operasionalisasi Variabel

No	Variabel	Definisi Operasionalisasi Variabel	Kode	Measurement	Scaling Technique	Jurnal Referensi
1	<i>Compensation</i>	<i>Compensation</i> merupakan segala bentuk pembayaran yang diberikan oleh organisasi kemudian diterima oleh karyawan sebagai hasil dari pekerjaan yang karyawan tersebut telah lakukan (Dessler, 2021)	COMP1	Saya menerima gaji yang sesuai dengan pekerjaan yang saya lakukan	<i>Likert Scale</i> 1-5	Aman-Ullah <i>et al.</i> (2023)
			COMP2	Umumnya, gaji yang saya dapatkan setara dengan rekan-rekan kerja saya yang memiliki tingkat jabatan yang sama	<i>Likert Scale</i> 1-5	
			COMP3	Umumnya, gaji yang saya dapatkan serupa dengan gaji di perusahaan lain dalam industri yang sama	<i>Likert Scale</i> 1-5	
			COMP4	Perusahaan tempat saya bekerja memiliki fasilitas kesejahteraan yang baik (seperti asuransi kesehatan, tunjangan masa depan, dan insentif)	<i>Likert Scale</i> 1-5	Ashraf (2020)
			COMP5	Perusahaan tempat saya bekerja memberikan	<i>Likert Scale</i>	

				tunjangan gaji berdasarkan keterampilan dan pengalaman	1-5	
			COMP6	Perusahaan tempat saya bekerja memberikan kenaikan gaji berdasarkan keterampilan dan pengalaman	Likert Scale 1-5	
2	<i>Job Satisfaction</i>	<i>Job satisfaction</i> didefinisikan sebagai perasaan positif yang dirasakan oleh karyawan terhadap pekerjaannya (Robbins & Judge, 2021)	JS1	Saya merasa pekerjaan saya sangat berharga	Likert Scale 1-5	Aman-Ullah <i>et al.</i> (2023)
			JS2	Saya merasa pekerjaan saya sangat menyenangkan	Likert Scale 1-5	
			JS3	Saya merasa senang ketika mendapatkan pekerjaan ini	Likert Scale 1-5	
			JS4	Saya merasa kompensasi yang saya dapatkan sesuai dengan harapan saya	Likert Scale 1-5	Hendri (2019)
			JS5	Saya merasa dapat mengembangkan karir saya di perusahaan ini	Likert Scale 1-5	
			JS6	Saya merasa puas pada hasil pekerjaan yang	Likert Scale	

				telah saya lakukan	1-5	
3	<i>Employee Retention</i>	<i>Employee retention</i> didefinisikan sebagai suatu kondisi atau keadaan dimana karyawan lebih memilih untuk tetap bertahan atau bekerja di dalam organisasi dan tidak ingin mencari prospek pekerjaan lainnya (Winoto <i>et al.</i> , 2021)	ER1	Saya merasa puas dengan pekerjaan saya di perusahaan saat ini	<i>Likert Scale</i> 1-5	Aman-Ullah <i>et al.</i> (2023)
			ER2	Saya melihat masa depan bagi diri saya sendiri di dalam perusahaan saat ini	<i>Likert Scale</i> 1-5	
			ER3	Saya pasti akan bekerja di dalam perusahaan ini dalam waktu yang lama	<i>Likert Scale</i> 1-5	
			ER4	Saya senang bekerja di dalam perusahaan saat ini	<i>Likert Scale</i> 1-5	
			ER5	Saya tidak memiliki niat untuk meninggalkan perusahaan saat ini	<i>Likert Scale</i> 1-5	Kalia <i>et al.</i> (2023)
			ER6	Saya merasa setia dan berkomitmen pada perusahaan saat ini	<i>Likert Scale</i> 1-5	
			ER7	Jika saya dapat memilih lagi, saya akan memilih untuk tetap bekerja dalam perusahaan saat ini	<i>Likert Scale</i> 1-5	

4	<i>Turnover Intention</i>	<i>Turnover intention</i> merupakan bentuk keinginan dan niat karyawan untuk meninggalkan pekerjaannya dan berpindah ke pekerjaan lainnya (Ardianto & Bukhori, 2021)	TI1	Saya sering berpikir untuk meninggalkan perusahaan saat ini	<i>Likert Scale</i> 1-5	Aman-Ullah <i>et al.</i> (2023)
			TI2	Saya memiliki niat untuk berganti pekerjaan	<i>Likert Scale</i> 1-5	
			TI3	Saya memiliki niat untuk meninggalkan posisi saya saat ini dalam beberapa bulan kedepan	<i>Likert Scale</i> 1-5	
			TI4	Saya sering mempertimbangkan untuk berhenti dari pekerjaan saat ini	<i>Likert Scale</i> 1-5	J. Oh (2020)
			TI5	Saya ingin memiliki pekerjaan lain	<i>Likert Scale</i> 1-5	
			TI6	Saya benar-benar memiliki rencana untuk berhenti dari pekerjaan saya saat ini	<i>Likert Scale</i> 1-5	