

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

Penelitian ini menempatkan Human Capital sebagai kerangka konseptual (payung teori), bukan sebagai variabel empiris yang diuji secara langsung. Human capital dipahami sebagai kumpulan kapabilitas, sikap, nilai, dan kondisi psikologis individu yang memungkinkan organisasi menciptakan nilai secara berkelanjutan, khususnya dalam konteks UMKM digital. Dalam penelitian ini, human capital dioperasionalkan melalui tiga konstruk perilaku organisasi, yaitu *Organizational Identification* (OI), *Organizational Commitment* (OC), dan *Work Engagement* (WE). Ketiga konstruk tersebut merepresentasikan dimensi psikologis utama human capital.

Dengan demikian, penelitian ini tidak menguji human capital sebagai variabel laten tersendiri, melainkan menjelaskan bagaimana *human capital* termanifestasi dalam perilaku karyawan UMKM digital yang pada akhirnya berdampak pada *Job Performance*. Penegasan posisi ini memastikan konsistensi konseptual serta menghindari bias interpretasi metodologis.

2.1.1 Organizational Identification

Organizational identification adalah kondisi psikologis di mana seseorang menerima nilai, tujuan, dan identitas organisasi sebagai bagian dari identitas dirinya sendiri (Weisman et al., 2023). Proses ini membuat nilai-nilai, tujuan, dan ciri khas organisasi menjadi bagian integral dari identitas pribadi seseorang. Menurut jurnal utama yang dijadikan rujukan, *The Role of Work Engagement and Organizational Commitment in Improving Job Performance*, OI dapat dipahami sebagai tingkat kesadaran dan rasa keterhubungan yang kuat antara individu dengan organisasi tempatnya bernaung. Keterikatan ini kemudian merefleksikan mekanisme

psikologis penting seperti komitmen dan keterlibatan kerja yang secara langsung berkontribusi pada peningkatan kinerja (Nabhan & Munajat, 2023:112).

Pemahaman ini sejalan dengan *Social Identity Theory* yang menegaskan bahwa ketika karyawan merasa benar-benar “menjadi satu” dengan organisasinya, mereka lebih terdorong untuk memberikan kontribusi secara maksimal dan konsisten. Penelitian yang dilakukan dalam konteks nasional juga memperlihatkan pengaruh signifikan OI terhadap perilaku kerja yang produktif dan inovatif. Misalnya, Jayapradesta dan Firdausy (2024) menemukan bahwa organizational identification memiliki peran penting dalam meningkatkan perilaku kerja inovatif (innovative work behavior) melalui peran mediasi work engagement pada para karyawan. Fungsi OI sebagai penguat komitmen juga didukung oleh studi Syahrial (2024), yang membuktikan bahwa OI mendorong peningkatan organizational commitment yang kemudian berdampak positif pada performa kerja keseluruhan.

Selain itu, menurut Zhang dan Wang (2021), organisational identification juga bisa meningkatkan perilaku kerja yang positif, seperti inovasi, kerja sama dalam tim, dan kesetiaan terhadap tugas karena karyawan merasa memiliki peran penting dalam organisasi. Jadi, organizational identification adalah ikatan psikologis antara karyawan dan organisasi yang menjadi dasar dari perilaku kerja dan komitmen yang kuat.

Dalam konteks penelitian internasional, Prativi dan Yulianti (2020) menegaskan bahwa OI merupakan prediktor utama dalam menguatkan keterlibatan karyawan. Identifikasi diri yang kuat terhadap organisasi menghasilkan motivasi intrinsik yang lebih tinggi untuk menjalankan tugas secara optimal, tanpa ketergantungan berlebihan pada faktor eksternal. Berdasarkan beragam temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa OI menjadi variabel antecedent yang sangat krusial dalam berbagai model penelitian sumber daya manusia. Peranannya sebagai fondasi psikologis memungkinkan terbentuknya komitmen dan keterlibatan kerja yang kemudian secara signifikan mendongkrak kinerja kerja dalam organisasi.

2.1.2 Job Performance

Job Performance atau kinerja kerja mengacu pada sejauh mana seorang karyawan mampu menyelesaikan tugas-tugas utama yang menjadi tanggung jawabnya secara efektif dan efisien. Dalam jurnal yang menjadi referensi utama, kinerja kerja diposisikan sebagai hasil akhir (outcome) yang dipengaruhi oleh organizational commitment dan work engagement, di mana organizational identification berperan sebagai faktor pendahulu atau antecedent yang memulai rangkaian pengaruh tersebut (Nabhan & Munajat, (2023)). Pengukuran kinerja ini meliputi berbagai dimensi, seperti jumlah output yang dihasilkan, kualitas pekerjaan, ketepatan waktu penyelesaian, serta kontribusi tambahan seperti kemampuan berinovasi dan tingkat disiplin yang diterapkan karyawan.

Penelitian Salatun (2025) memperlihatkan bahwa work engagement dan organizational commitment secara bersama-sama memiliki dampak signifikan dalam meningkatkan performa karyawan (Salatun et al., 2025:46). Selain itu, studi yang dilakukan oleh Pujangga et al. (2025) menguatkan temuan ini dengan menyoroti adanya korelasi kuat antara keterlibatan karyawan (employee engagement) dan kinerja kerja, khususnya di organisasi skala kecil. Karena itu, hasil ini sangat relevan apabila diterapkan pada konteks UMKM digital yang memerlukan agility dan motivasi kerja yang tinggi. Farisi (2024) juga memberikan kontribusi penting dengan menegaskan bahwa keterlibatan kerja dan affective commitment berperan sebagai mediator yang efektif dalam meningkatkan kinerja karyawan, yang menunjukkan bagaimana faktor-faktor psikologis berkontribusi besar dalam menentukan efektivitas kerja secara keseluruhan.

Oleh karena itu, job performance menjadi variabel dependen yang sangat tepat untuk mengukur bagaimana kombinasi sinergis antara organizational identification, work engagement, dan organizational commitment dapat memengaruhi produktivitas serta hasil kerja karyawan, khususnya dalam lingkungan UMKM digital yang menuntut konsistensi, inovasi, dan loyalitas sumber daya manusia agar dapat bersaing dan berkembang secara berkelanjutan.

2.1.3 Organizational Commitment

Organizational Commitment (OC) bisa dipahami sebagai tingkat keterikatan psikologis karyawan kepada organisasinya, yang membuat mereka merasa terikat dan terdorong untuk bertahan dan berkontribusi dalam jangka panjang. Komitmen ini biasanya terbagi dalam tiga jenis utama, yaitu affective commitment (komitmen emosional), normative commitment (komitmen berdasarkan kewajiban moral), dan continuance commitment (komitmen karena pertimbangan biaya atau konsekuensi meninggalkan organisasi). Dalam jurnal utama yang saya gunakan, OC dijelaskan berperan sebagai mediator penting yang memperkuat hubungan antara Organizational Identification (OI) dengan kinerja kerja. Artinya, karyawan yang merasa identitas dirinya selaras dengan organisasi umumnya menunjukkan komitmen emosional dan loyalitas yang lebih tinggi, yang pada akhirnya meningkatkan produktivitas serta kualitas hasil kerja mereka (Nabhan & Munajat, 2023:118).

Penelitian ini memberikan dukungan kuat terhadap peran ini. Syahrial (2024) menemukan bahwa organizational identification mampu meningkatkan affective commitment yang kemudian berdampak positif secara langsung pada peningkatan kinerja kerja karyawan. Selain itu, studi Salatun (2025) menegaskan bahwa komitmen organisasi memiliki pengaruh signifikan terhadap performa karyawan, membuktikan bahwa komitmen merupakan modal psikologis yang esensial untuk menjaga konsistensi dan stabilitas kinerja yang tinggi dalam organisasi. Lebih lanjut, Farisi (2024) juga menunjukkan bahwa affective commitment berkontribusi secara signifikan dalam meningkatkan kinerja kerja, terutama saat dikaitkan dengan work engagement sebagai mediator parsial yang turut memperkuat mekanisme ini.

Dengan demikian, komitmen organisasi memainkan peran vital sebagai variabel mediasi yang menghubungkan orientasi identitas karyawan terhadap organisasi dengan peningkatan kinerja kerja. Hal ini terutama penting dalam konteks UMKM digital, di mana stabilitas dan loyalitas sumber daya manusia merupakan faktor penentu keberhasilan jangka panjang. Komitmen yang kuat tidak

hanya membantu mempertahankan tenaga kerja yang kompeten, tetapi juga memastikan bahwa karyawan tetap termotivasi dan fokus untuk mencapai tujuan organisasi secara bersama-sama.

2.1.4 Work Engagement

Work Engagement merupakan kondisi psikologis yang positif, yang tercermin dari tiga aspek utama, yakni semangat tinggi (*vigor*), rasa dedikasi yang mendalam, serta keterlibatan penuh (*absorption*) dalam pekerjaan. Karyawan yang mengalami *Work Engagement* akan merasakan energi yang kuat, ketekunan tanpa henti, dan fokus yang intens dalam menjalankan tugasnya. Dalam jurnal utama yang menjadi acuan, Work Engagement ditempatkan sebagai mediator yang memperkuat pengaruh *Organizational Identification* (OI) terhadap kinerja kerja. Ini berarti, ketika seseorang merasa identitasnya sejalan dan melekat dengan organisasi, ia cenderung lebih bersemangat dan lebih berdedikasi dalam menyelesaikan pekerjaannya (Nabhan & Munajat, 2023:115).

Peran work engagement begitu krusial, khususnya sebagai saluran motivasi dari dalam diri karyawan yang mendorong perbaikan dalam efektivitas dan produktivitas kerja. Kondisi ini sangat penting bagi sektor UMKM digital, di mana para pekerja harus mampu menghadapi perubahan bisnis yang cepat serta tekanan untuk berinovasi secara berkelanjutan agar dapat bersaing di pasar yang dinamis. Data terbaru dari penelitian Salatun (2025) menunjukkan bahwa keterlibatan karyawan memiliki kontribusi signifikan dalam meningkatkan performa kerja, terutama pada sektor jasa yang sangat mengandalkan pelayanan dan interaksi dengan pelanggan.

Lebih lanjut, Farisi (2024) menemukan bahwa *work engagement* berperan sebagai mediator antara komitmen organisasi dan faktor-faktor lain dalam organisasi dengan kinerja karyawan. Hal ini menandakan bahwa keterlibatan emosional serta kognitif karyawan merupakan bagian krusial dari proses yang membuat peningkatan kinerja kerja dapat tercapai secara efektif. Studi lain yang dilakukan oleh Pujangga et al. (2025) pada organisasi skala kecil dan lembaga

nirlaba menyatakan bahwa work engagement secara konsisten menjadi prediktor yang sangat penting bagi kompetensi kerja serta kinerja karyawan.

Pitaloka & Putri (2021) menunjukkan bahwa engagement dapat tetap tinggi apabila organisasi memberikan ruang bagi karyawan untuk beradaptasi, belajar hal baru, dan tetap mendapatkan dukungan dari atasan meskipun dalam kondisi kerja jarak jauh. Hal ini sejalan dengan karakter generasi milenial yang lebih termotivasi oleh kesempatan belajar dan keterlibatan aktif dalam proses kerja daripada sekadar imbalan finansial.

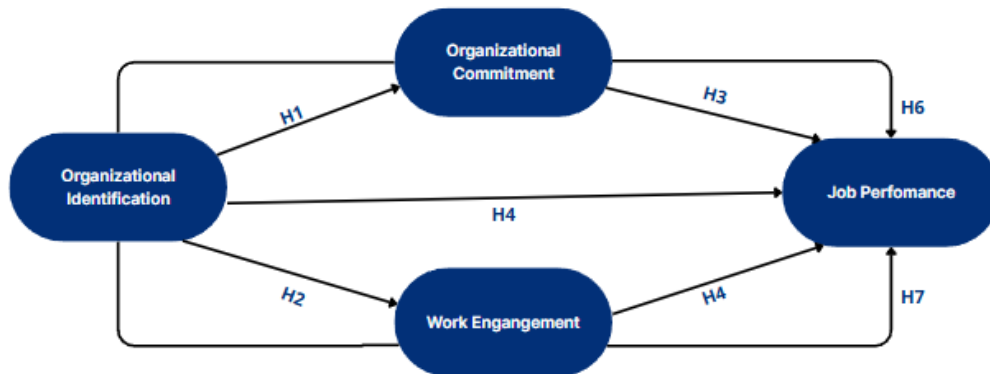
Berdasarkan berbagai bukti tersebut, work engagement tidak hanya sekadar komponen tambahan, melainkan elemen fundamental dalam model penelitian yang menghubungkan OI dengan peningkatan kinerja. Hal ini disebabkan oleh peranannya yang memungkinkan rasa keterikatan dan identitas karyawan dengan organisasi dapat diwujudkan dalam bentuk kinerja nyata yang terukur dan produktif. Terlebih lagi, dalam konteks UMKM digital yang penuh tantangan dan perubahan cepat, keterlibatan kerja menjadi kunci bagi organisasi untuk mempertahankan kualitas dan konsistensi kinerja para karyawannya di tengah persaingan yang ketat.

2.2 Model Penelitian

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini dibangun berdasarkan asumsi bahwa kinerja karyawan pada UMKM digital tidak hanya dipengaruhi oleh faktor teknis, tetapi juga oleh faktor psikologis yang membentuk sikap dan perilaku kerja. Organizational identification dipandang sebagai fondasi psikologis yang membentuk keterikatan karyawan terhadap organisasi. Ketika karyawan merasa menjadi bagian dari organisasi, mereka cenderung menunjukkan sikap positif seperti komitmen dan keterlibatan kerja.

Selanjutnya, organizational commitment dan work engagement diposisikan sebagai mekanisme yang menjembatani hubungan antara organizational identification dan job performance. Work engagement, yang tercermin melalui semangat, dedikasi, dan fokus kerja, dipandang sebagai faktor yang secara langsung memengaruhi perilaku kerja dan kinerja karyawan. Oleh karena itu, hubungan antar

variabel dalam penelitian ini membentuk suatu model yang menjelaskan bagaimana sikap psikologis karyawan diterjemahkan ke dalam kinerja kerja pada konteks UMKM digital.



Gambar 2. 1 Model Penelitian

(Nabhan & Munajat et al, 2023)

Model penelitian ini membahas hubungan antara empat variabel penting, yaitu Organizational Identification sebagai variabel yang memengaruhi, Employee Engagement sebagai variabel yang mengantarkan pengaruh, serta Job Performance dan Organizational Commitment sebagai variabel yang dipengaruhi. Pada penelitian ini, penulis memodifikasi model penelitian pada jurnal Nabhan & Munajat.

2.3 Pengembangan Hipotesis

2.3.1 Pengaruh *Organizational Identification* terhadap *Organizational Commitment*

Organizational Commitment diartikan sebagai tingkat ikatan emosional dan keinginan karyawan untuk tetap menjadi bagian dari organisasi. Karyawan yang memiliki *Organizational Identification* kuat merasa nilai-nilai organisasi sudah menjadi bagian dari identitas dirinya sendiri, sehingga mereka cenderung lebih setia dan berkomitmen terhadap organisasi tersebut.

Menurut Riketta (2022), *Organizational Identification* memainkan peran penting dalam membentuk *Affective Commitment*, yaitu jenis komitmen yang didasarkan pada perasaan memiliki dan bangga terhadap organisasi.

Penelitian Meyer et al. (2023) juga menunjukkan bahwa identifikasi yang kuat dapat meningkatkan tingkat komitmen karyawan untuk tetap bekerja di organisasi secara jangka panjang. Oleh karena itu, karyawan yang memiliki *Organizational Identification* tinggi cenderung menunjukkan tingkat *Organizational Commitment* yang lebih besar.

(H1): *Organizational Identification* berpengaruh positif terhadap *Organizational Commitment*.

2.3.2 Pengaruh *Organizational Identification* terhadap *Work Engagement*

Organizational Identification menggambarkan seberapa dalam seorang karyawan menginternalisasi nilai-nilai, norma-norma, serta tujuan organisasi sebagai bagian dari dirinya sendiri. Ketika karyawan merasa menjadi bagian dari organisasi, mereka akan memiliki rasa memiliki dan kebanggaan yang lebih tinggi terhadap pekerjaan mereka. Hal ini dapat meningkatkan keterlibatan kerja (*Work Engagement*), yang ditandai dengan munculnya antusiasme, energi, serta dedikasi dalam menjalankan tugas (Karanika-Murray et al., 2021). Penelitian yang dilakukan oleh van Dick et al. (2020) menunjukkan bahwa identifikasi yang kuat terhadap organisasi berkorelasi positif dengan peningkatan keterlibatan kerja karena individu merasa pekerjaannya bermakna dan selaras dengannya pribadinya.

Studi oleh Weisman et al. (2023) juga menegaskan bahwa *Organizational Identification* menciptakan hubungan emosional yang mendorong karyawan untuk lebih terlibat secara aktif dalam pekerjaan sehari-hari. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat Identifikasi Organisasi yang dimiliki karyawan, semakin tinggi pula tingkat keterlibatan kerja yang akan mereka tunjukkan.

Sebuah bentuk pengujian logis lainnya menunjukkan bahwa karyawan dengan tingkat *Organizational Identification* yang tinggi cenderung memiliki motivasi intrinsik untuk memberikan kinerja terbaik bagi organisasi, karena setiap unit memiliki bentuk keberadaannya sendiri (Turner, 1986). Mereka tidak hanya bekerja untuk memenuhi tugas yang diberikan, tetapi juga untuk mendukung tujuan organisasi karena merasa keberhasilan organisasi merupakan keberhasilan pribadi mereka.

Penelitian oleh Chughtai (2021) menunjukkan bahwa setelah gerakan ini, masih terdapat organisasi absolut yang menunjukkan pengaruh positif dari *Organizational Identification* terhadap *Job Performance*, karena identifikasi yang tinggi menciptakan keselarasan antara tujuan pribadi dan organisasi.

Selain itu, penelitian van Dick et al. (2020) juga memperkuat bahwa karyawan yang merasa teridentifikasi dengan organisasi akan menunjukkan perilaku kerja yang proaktif serta tanggung jawab tinggi terhadap hasil pekerjaan mereka. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi *Organizational Identification*, maka semakin baik pula *Job Performance* karyawan dalam menjalankan tugasnya.

(H2): *Organizational Identification* berpengaruh positif terhadap *Work Engagement*.

2.3.3 Pengaruh *Organizational Commitment* terhadap *Job Performance*

Organizational Commitment diartikan sebagai tingkat ikatan emosional dan keinginan karyawan untuk tetap menjadi bagian dari organisasi. Karyawan yang memiliki *Organizational Identification* kuat merasa nilai-nilai organisasi sudah menjadi bagian dari identitas dirinya sendiri, sehingga mereka cenderung lebih setia dan berkomitmen terhadap organisasi tersebut.

Menurut Riketta (2022), *Organizational Identification* memainkan peran penting dalam membentuk *Affective Commitment*, yaitu jenis komitmen yang didasarkan pada perasaan memiliki dan bangga terhadap organisasi.

Penelitian Meyer et al. (2023) juga menunjukkan bahwa identifikasi yang kuat dapat meningkatkan tingkat komitmen karyawan untuk tetap bekerja di organisasi secara jangka panjang. Oleh karena itu, karyawan yang memiliki *Organizational Identification* tinggi cenderung menunjukkan tingkat *Organizational Commitment* yang lebih besar.

(H3): *Organizational Commitmen* berpengaruh positif terhadap *Job Perfomance*.

2.3.4 Pengaruh *Work Engagement* terhadap *Job Performance*

Work Engagement adalah kondisi yang membuat seorang karyawan merasa positif secara psikologis, dengan rasa semangat, dedikasi, dan ingin melibatkan diri dalam pekerjaannya. Karyawan yang memiliki tingkat *engagement* tinggi biasanya bekerja lebih tekun, fokus, dan antusias, sehingga mampu memberikan performa kerja yang lebih baik. Menurut Saks (2021), *Work Engagement* berpengaruh langsung terhadap peningkatan *Job Performance* karena keterlibatan karyawan membuat mereka merasa bertanggung jawab atas hasil kerjanya.

Dalam penelitiannya, Xu dan Cooper-Thomas (2022) juga menyatakan bahwa karyawan yang terlibat akan lebih produktif, kreatif, serta lebih berinisiatif dalam menyelesaikan pekerjaan. Oleh karena itu, semakin tinggi tingkat *Employee Engagement* yang dimiliki karyawan, maka semakin baik pula performa kerjanya.

(H4): *Work Engangement* berpengaruh positif terhadap *Job Performance*.

2.3.5 Pengaruh *Organizational Identification* terhadap *Job Perfomance*.

Karyawan yang sangat terlibat dalam pekerjaan mereka biasanya lebih setia dan berkomitmen terhadap organisasi. Jika mereka merasa pekerjaannya bermakna dan mendapat dukungan dari perusahaan, mereka akan terbentuk ikatan emosional yang kuat dengan organisasi tempat mereka bekerja.

Penelitian oleh Kim dan Park (2023) menunjukkan bahwa keterlibatan kerja mempunyai pengaruh positif terhadap komitmen organisasi, karena karyawan yang terlibat biasanya merasa senang dan bangga terhadap perusahaan mereka. Hasil yang serupa juga ditemukan oleh Albrecht et al. (2021), yang menyatakan

bahwa keterlibatan kerja mampu membangun rasa keterikatan emosional dan meningkatkan keinginan karyawan untuk tetap bertahan di organisasi. Oleh karena itu, keterlibatan kerja yang tinggi menjadi salah satu faktor utama yang mendorong peningkatan komitmen karyawan terhadap organisasi.

(H5): *Organizational Identification* berpengaruh positif terhadap *Job Performance*.

2.3.6 *Organizational Commitment* memediasi *Job Performance* dan *Organizational Identification*

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa keterlibatan karyawan (*Work Engagement*) bisa menjadi faktor yang menghubungkan antara identifikasi dengan organisasi (*Organizational Identification*) dengan kinerja kerja (*Job Performance*) dan komitmen terhadap organisasi (*Organizational Commitment*). Saat seorang karyawan merasa memiliki identitas dengan organisasi, mereka cenderung lebih termotivasi dan memiliki keterlibatan yang tinggi, hal ini kemudian memberikan dampak positif terhadap kinerja dan komitmen mereka.

Karanika-Murray dan tim (2021) menjelaskan bahwa identifikasi dengan organisasi membentuk ikatan emosional yang mendukung semangat kerja. Selanjutnya, semangat kerja yang tinggi ini meningkatkan hasil kerja dan rasa setia terhadap organisasi.

Saks (2021) juga menemukan bahwa keterlibatan karyawan adalah mekanisme penting yang menjelaskan bagaimana identifikasi terhadap organisasi bisa memengaruhi perilaku positif di tempat kerja. Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa keterlibatan karyawan memainkan peran penting dalam menjelaskan hubungan antara identifikasi organisasi dengan kinerja kerja dan komitmen terhadap organisasi.

(H6): *Organizational Commitment* positif memediasi *Job Performance* dan *Organizational Identification*

2.3.7 *Work Engagement* memediasi *Organizational Identification* dan *Job Performance*.

Organizational Identification mendorong karyawan untuk merasa menjadi bagian dari organisasi sehingga meningkatkan keterlibatan mereka dalam pekerjaan (van Dick et al., 2020). Penelitian Karanika-Murray et al. (2021) menunjukkan bahwa identifikasi organisasi berpengaruh positif terhadap *Work Engagement*. Selanjutnya, *Work Engagement* terbukti meningkatkan *Job Performance* karena karyawan menunjukkan semangat, dedikasi, dan fokus yang tinggi dalam bekerja (Chughtai, 2021; Xu & Cooper-Thomas, 2022). Chughtai (2021) juga menemukan bahwa *Work Engagement* memediasi secara signifikan hubungan antara *Organizational Identification* dan *Job Performance*.

2.4 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu digunakan untuk memperkuat dasar teoritis serta menjelaskan hubungan antarvariabel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu *Organizational Identification*, *Employee Engagement*, *Job Performance*, & *Organizational Commitment*. Berikut adalah beberapa hasil penelitian yang relevan:

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	van Dick, R., Haslam, S. A., & Steffens, N. K. (2020).	Organizational Identification and Employee Well-being: A Social Identity Perspective. 35(5), 617–632.	Penelitian menunjukkan bahwa Organizational Identification (OI) berpengaruh signifikan terhadap Employee Engagement dan well-being. Karyawan yang mengidentifikasi diri dengan organisasi

			menunjukkan motivasi lebih tinggi, keterikatan emosional lebih kuat, serta lebih bersemangat menjalankan pekerjaan.
2	Karanika-Murray, M., Duncan, N., Pontes, H. M., & Griffiths, M. D. (2021).	Organisational Identification, Work Engagement and Job Satisfaction: An Integrated Framework. 30(2), 110–125.	Studi ini membangun kerangka terintegrasi yang menunjukkan bahwa OI meningkatkan <i>Work Engagement</i> , yang kemudian meningkatkan <i>Job Satisfaction</i> dan <i>Job Performance</i> . Engagement ditemukan sebagai mekanisme penting yang menghubungkan identifikasi dengan hasil kerja.
3	Chughtai, A. A. (2021).	A Study of the Relationship	Penelitian tersebut

		<p>between Organizational Identification and Job Performance: The Mediating Role of Work Engagement. 50(1), 240–258.</p>	<p>menjelaskan bahwa <i>Employee Engagement</i> berperan sebagai mediator yang signifikan antara <i>Organizational Identification (OI)</i> dan <i>Job Performance</i>. Tingkat identifikasi yang tinggi terhadap organisasi mendorong meningkatnya keterlibatan karyawan, yang pada akhirnya menghasilkan performa kerja yang lebih optimal.</p>
4	Meyer, J. P., Becker, T. E., & Vandenberghe, C. (2023).	<p>Affective Commitment and Organizational Identification: Distinct yet Complementary Predictors of</p>	<p>Hasil studi menunjukkan bahwa <i>Organizational Identification</i> merupakan faktor penting yang mempengaruhi <i>Affective Commitment</i> serta keinginan</p>

		Retention. 44(2), 65–82.	karyawan untuk tetap berada dalam organisasi. Semakin kuat identifikasi yang dirasakan individu, semakin besar kecenderungan mereka untuk loyal dan bertahan dalam jangka panjang.
5	Kim, H., & Park, S. (2023).	Employee Engagement and Organizational Commitment: Exploring the Moderating Role of Generational Differences. 14, 1120–1135.	Temuan penelitian mengungkap bahwa <i>Employee Engagement</i> memberikan dampak positif terhadap <i>Organizational Commitment</i> . Hubungan ini bahkan lebih menonjol pada karyawan generasi milenial, menjadikannya sangat relevan dengan fokus penelitian yang melibatkan

			kelompok generasi tersebut.
6	Albrecht, S. L., Breidahl, E., & Marty, A. (2021).	Employee Engagement, Emotional Energy, and Organizational Commitment. 43(1), 85–98.	Employee Engagement terhadap Organizational Commitment dimediasi oleh <i>emotional energy</i> dan loyalitas. Engagement menumbuhkan energi emosional yang memperkuat komitmen jangka panjang.
7	Saks, A. M. (2021).	Antecedents and Consequences of Employee Engagement Revisited. 8(2), 149–168.	Engagement memiliki pengaruh langsung terhadap Job Performance dan Organizational Commitment, sementara OI ditemukan sebagai salah satu antecedent kuat yang membentuk engagement.

8	Xu, J., & Cooper-Thomas, H. (2022).	How Employee Engagement Drives Job Performance: A Longitudinal Perspective. 33(7), 209–225.	<p>Penelitian longitudinal menunjukkan bahwa karyawan yang memiliki tingkat engagement yang tinggi secara konsisten menunjukkan peningkatan kinerja dari waktu ke waktu. Karyawan yang terlibat secara aktif dalam pekerjaan mereka cenderung menunjukkan produktivitas yang lebih tinggi dan mampu mempertahankan performa tersebut dalam jangka panjang. Temuan ini menguatkan bahwa engagement bukan hanya memengaruhi</p>
---	-------------------------------------	---	---

			kinerja secara langsung, tetapi juga menjadi faktor penentu keberlangsungan peningkatan produktivitas karyawan dalam berbagai konteks organisasi.
9	Riketta, M. (2022).	The Link Between Organizational Identification and Commitment: A Meta-Analytic Review. 75(3), 400–420.	Meta-analisis mengungkapkan adanya hubungan yang kuat antara Organizational Identification (OI) dan Organizational Commitment. Identifikasi organisasi terbukti menjadi prediktor utama dalam pembentukan komitmen serta loyalitas karyawan terhadap perusahaan.

10	Kristensen, J., Haslam, S. A., & Postmes, T. (2025).	The Interrelatedness of Organizational Identification and Counterproductive Work Behaviors: Ambivalent Identification as a Moderator. 55(1), 12–29.	Studi ini menemukan bahwa OI dapat menurunkan <i>counterproductive work behavior</i> dan meningkatkan performa, terutama bila karyawan memiliki identifikasi emosional positif terhadap organisasi.
----	--	---	---

