
Analisis Pengaruh *Perceived Organization Support*, *Job Satisfaction*, *Job Involvement* Terhadap *Turnover Intention* yang Dimediasi Oleh *Affective Commitment* Pada Karyawan Gen Z di Jawa Barat

Kania Auliza Hendradi¹, Muhammad Khairul Amal², Muh. Abdul Aziz³

¹²³ Manajemen Retail, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Sukabumi

Email: ¹kaniaauliza@ummi.ac.id, ²2khairulamal@ummi.ac.id, ³muhammadaziz085@ummi.ac.id

*Corresponding author: kaniaauliza@ummi.ac.id

ABSTRAK

Informasi Artikel:

Terima: 14-07-2026

Revisi: 10-08-2026

Disetujui: 27-08-2026

Publish online: 05-09-2026

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Perceived Organization Support*, *Job Satisfaction*, dan *Job Involvement* terhadap *Turnover Intention* yang Dimediasi Oleh *Affective Commitment* pada karyawan Generasi Z di Jawa Barat. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis AMOS. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah responden sebanyak 140 karyawan Generasi Z yang memenuhi kriteria penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Perceived Organization Support*, *Job Satisfaction*, dan *Job Involvement* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Affective Commitment*. Selain itu, *Job Satisfaction* dan *Job Involvement* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *Turnover Intention*. Sebaliknya, *Perceived Organization Support* dan *Affective Commitment* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Turnover Intention*. Temuan penelitian menunjukkan bahwa peningkatan dukungan organisasi, kepuasan kerja, dan keterlibatan kerja mampu memperkuat komitmen afektif karyawan. Namun, tingginya komitmen afektif belum tentu mampu menurunkan keinginan karyawan Generasi Z untuk berpindah kerja. Hasil penelitian ini memberikan implikasi teoritis dan praktis bagi organisasi dalam merancang strategi retensi karyawan Generasi Z melalui peningkatan kepuasan kerja, keterlibatan kerja, serta penyediaan lingkungan kerja yang mendukung karakteristik generasi tersebut.

Kata kunci: *Perceived Organization Support*, *Job Satisfaction*, *Job Involvement*, *Affective Commitment*, *Turnover Intention*, Generasi Z.

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of *Perceived Organizational Support*, *Job Satisfaction*, and *Job Involvement* on *Turnover Intention*, with *Affective Commitment* serving as a mediating variable among Generation Z employees in West Java. This research employed a quantitative approach using *Structural Equation Modeling* (SEM) with AMOS. The sampling technique used was *purposive sampling*, involving 140 Generation Z employees who met the research criteria. The results indicate that *Perceived Organizational Support*, *Job Satisfaction*, and *Job Involvement* have a positive and significant effect on *Affective Commitment*. Furthermore, *Job Satisfaction* and *Job Involvement* have a negative and significant effect on *Turnover Intention*. In contrast, *Perceived Organizational Support* and *Affective Commitment* do not have a significant direct effect on *Turnover Intention*. These findings suggest that enhancing organizational support, job satisfaction, and job involvement can strengthen employees' affective commitment. However, a higher level of affective commitment does not necessarily reduce Generation Z employees'

intention to leave the organization. This study provides both theoretical and practical implications for organizations in developing effective employee retention strategies by improving job satisfaction, work involvement, and creating a supportive work environment that aligns with the characteristics of Generation Z.

Keywords: Perceived Organization Support, Job Satisfaction, Job Involvement, Affective Commitment, Turnover Intention, Generation Z.

PENDAHULUAN

Turnover intention merupakan salah satu tantangan utama dalam pengelolaan sumber daya manusia karena berdampak pada meningkatnya biaya rekrutmen, pelatihan, serta hilangnya tenaga kerja potensial. Fenomena ini semakin relevan pada Generasi Z yang saat ini mulai mendominasi angkatan kerja di Indonesia. Berbeda dengan generasi sebelumnya, Generasi Z tidak hanya berorientasi pada kompensasi, tetapi juga mengutamakan makna pekerjaan, keseimbangan kehidupan kerja (*work-life balance*), kesejahteraan psikologis, serta kesempatan belajar dan pengembangan diri. (Muslihat, 2025)

Generasi Z merupakan individu yang lahir pada rentang tahun 1997–2012 dan tumbuh di era digital yang membentuk karakter adaptif, terbuka terhadap perubahan, serta memiliki ekspektasi tinggi terhadap lingkungan kerja (Oktavia Ramadhani & Khoirunisa, 2025). Dibandingkan generasi milenial yang cenderung berorientasi pada loyalitas organisasi dan pencapaian karier, Generasi Z lebih memprioritaskan fleksibilitas kerja, kesehatan mental, serta pengembangan diri secara berkelanjutan (Manafe et al., 2025). Karakteristik tersebut menyebabkan mereka lebih mudah mempertimbangkan perpindahan kerja ketika organisasi tidak mampu memenuhi harapan mereka. (Dwi et al., 2025)

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa Generasi Z memiliki kecenderungan turnover yang lebih tinggi dibandingkan generasi sebelumnya. Deloitte Millennial Survey melaporkan bahwa 61% responden Generasi Z berpindah pekerjaan dalam kurun waktu kurang dari dua tahun (Wibowo et al., 2024). Tingginya mobilitas kerja tersebut mendorong organisasi untuk menyusun strategi retensi yang mampu meningkatkan keterikatan emosional dan mempertahankan talenta muda melalui lingkungan kerja yang suportif, inklusif, dan adaptif (Vieira & Gomes, 2024).

Salah satu faktor yang diperkirakan memengaruhi turnover intention adalah *Perceived Organization Support* (POS), yaitu persepsi karyawan terhadap dukungan yang diberikan organisasi. Selain itu, *Job Satisfaction* dan *Job Involvement* juga diyakini berperan dalam membangun *Affective Commitment*, yang selanjutnya dapat menurunkan keinginan karyawan untuk meninggalkan organisasi. Karyawan yang merasa didukung, puas terhadap pekerjaannya, dan terlibat secara aktif dalam pekerjaannya cenderung memiliki ikatan emosional yang lebih kuat terhadap organisasi sehingga memiliki niat berpindah kerja yang lebih rendah.

Meskipun hubungan antarvariabel tersebut telah banyak diteliti, hasil penelitian terdahulu masih menunjukkan temuan yang beragam, khususnya pada kelompok pekerja Generasi Z di Indonesia. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh *Perceived Organization Support*, *Job Satisfaction*, dan *Job Involvement* terhadap *Turnover Intention* melalui *Affective Commitment* sebagai variabel mediasi pada karyawan Generasi Z di Jawa Barat. Hasil penelitian diharapkan dapat memperkaya kajian perilaku organisasi sekaligus memberikan rekomendasi praktis bagi perusahaan dalam merancang strategi retensi karyawan yang sesuai dengan karakteristik Generasi Z.

Meskipun telah banyak diteliti, hubungan antara *Perceived Organization Support*, *Job Satisfaction*, *Job Involvement*, *Affective Commitment*, dan *Turnover Intention* masih menghasilkan temuan yang beragam. Hasil menunjukkan adanya kesenjangan penelitian (*research gap*) yang perlu dikaji lebih lanjut, terutama pada konteks karyawan Generasi Z di Jawa Barat. Beberapa studi menunjukkan bahwa *Perceived Organization Support* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Affective Commitment* menurut (Ramanto & Sitio, 2022b), sementara studi lainnya menunjukkan hasil pengaruh signifikan menurut (Tagumara et al., 2023). Kesenjangan yang serupa pada studi yang ditemukan bahwa hubungan antara *Job Satisfaction* terhadap *Affective Commitment* memiliki pengaruh positif dan signifikan menurut (Kurniawan & Karanita, 2022). Sementara menurut (Wira Atma et al., 2025) menunjukkan hasil signifikan. Lalu penelitian yang dilakukan oleh (Kambunawati, 2022) menunjukkan hasil positif dan signifikan antara *Job Involvement* terhadap *Affective Commitment*, berbeda dengan penelitian (Hidayanto & Kurniawan, 2022) yang menunjukkan hasil tidak positif dan signifikan. Lalu, studi pada hubungan antara *Perceived Organization Support* terhadap *Turnover Intention* menurut (Zanuar et al., 2025) yaitu pengaruh negatif sementara menurut (Hidayah et al., 2024) adalah positif dan signifikan. Kemudian ditemukan perbedaan hasil penelitian antara *Job Satisfaction* terhadap *Turnover Intention* menurut (Hidayah et al., 2024) adalah positif dan signifikan, sedangkan menurut (Soeprapto et al., 2024) yaitu negatif signifikan. Dan ada juga kesenjangan penelitian hubungan antara *Job Involvement* terhadap *Turnover Intention* menurut (Sugiharjo et al., 2021) adalah negatif, sementara menurut (Larasati & Raharja, 2024) adalah negatif dan signifikan. Terakhir yaitu perbedaan penelitian hubungan antara *Affective Commitment* terhadap *Turnover Intention* yaitu menurut (Muchtadin & Sundary, 2023) yaitu negatif dan signifikan, sementara menurut (Nuraeni et al., 2022) adalah positif signifikan. Berdasarkan fenomena, *research gap*, dan kebaruan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis *Perceived Organization Support*, *Job Satisfaction*, *Job Involvement* Terhadap *Turnover Intention* Yang Dimediasi Oleh *Affective Commitment* Pada Karyawan Gen Z di Jawa Barat.

LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Penelitian ini bertumpu pada teori-teori dalam bidang manajemen sumber daya manusia dan perilaku organisasi yang menjelaskan hubungan antara dukungan organisasi, kepuasan kerja, keterlibatan kerja, komitmen afektif, dan *turnover intention*. Fokus utama penelitian terletak pada pengaruh *Perceived Organization Support*, *Job Satisfaction*, dan *Job Involvement* terhadap *Turnover Intention* dengan *Affective Commitment* sebagai variabel mediasi. Penelitian ini mengambil konteks pada karyawan Generasi Z di Jawa Barat yang memiliki karakteristik, ekspektasi, dan pola perilaku kerja yang berbeda dibandingkan generasi sebelumnya, sehingga penting untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi keinginan mereka untuk tetap bertahan atau meninggalkan organisasi.

Perceived Organization Support

Perceived Organization Support atau Dukungan Organisasi yang Dirasakan adalah bentuk perhatian yang diberikan kepada kebutuhan sosioemosional karyawan atau anggota, seperti penghargaan, manfaat gaji serta tunjangan, dan kepedulian langsung dari organisasi kepada mereka (Ramanto & Sitio, 2022b). Dukungan organisasi (*POS*) terjadi ketika karyawan merasa dihargai melalui bentuk konkret seperti kenaikan gaji atau pelatihan pengembangan, sehingga timbul rasa kewajiban timbal balik untuk mendukung tujuan organisasi melalui peningkatan kinerja inti maupun perilaku ekstra (Mulyaningsih & Tanuwijaya, 2023). Dukungan Organisasi yang dirasakan memberikan sinyal kepada karyawan bahwa organisasi menyambut dan menerima mereka sebagai bagian integral, memenuhi kebutuhan afiliasi melalui penghormatan dan pengakuan, sehingga meningkatkan tingkat kesejahteraan secara keseluruhan. Dukungan Organisasi juga berfungsi sebagai jaminan bahwa bantuan

organisasi akan tersedia saat dibutuhkan untuk menjalankan pekerjaan secara efektif atau menghadapi situasi stres yang menantang.

Job Satisfaction

Job Satisfaction atau Kepuasan Kerja adalah respon emosional yang muncul dari pikiran, perasaan, serta tindakan karyawan terhadap pekerjaannya, yang menghasilkan rasa senang atau tidak senang, puas atau tidak puas terhadap tugas yang dilakukan (Kurniawan & Karanita, 2022). Menurut (Hasanah et al., 2023) Kepuasan kerja merupakan konstruksi rumit yang mencakup perasaan positif atau negatif karyawan secara keseluruhan terhadap pekerjaan, tingkat kepuasan mereka, serta evaluasi terhadap tugas dan lingkungan kerja. Konsep ini dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti sifat pekerjaan, upah dan tunjangan, hubungan dengan rekan kerja, serta kondisi lingkungan kerja. Kepuasan kerja adalah sikap emosional positif yang menyenangkan dan rasa cinta terhadap pekerjaan, yang tercermin melalui moral kerja yang tinggi, disiplin, komitmen, serta kinerja kerja yang baik. Kepuasan ini muncul di lingkungan kerja saat karyawan mendapat pujian atas pencapaian, penempatan posisi yang tepat, perlakuan adil, fasilitas peralatan memadai, dan kondisi lingkungan kerja yang mendukung (Bayu et al., 2023). Menurut (Hidayah et al., 2024), Kepuasan kerja (*Job Satisfaction*) adalah kondisi emosional positif atau negatif yang dirasakan karyawan saat menilai pekerjaan secara keseluruhan (Hidayanto & Kurniawan, 2022), keterlibatan kerja karyawan yang tinggi ditandai dengan kepedulian besar terhadap yang diturunkan, hubungan psikologis yang kuat dengan pekerjaan, serta keyakinan penuh pada kemampuan diri menyelesaikan tanggung jawabnya. Keterlibatan kerja adalah sikap positif karyawan terhadap pekerjaannya. Hal ini terlihat saat karyawan penuh energi, antusias dengan pekerjaannya, terinspirasi olehnya, dan sulit memisahkan diri dari peran tersebut. Karyawan dengan keterlibatan tinggi akan sepenuhnya menyatu dengan pekerjaan dan identitasnya sebagai bagian organisasi (Sugiharjo et al., 2021).

Job Involvement

Job Involvement atau Keterlibatan Pekerjaan adalah derajat pemahaman dan komitmen psikologis seseorang terhadap pekerjaannya, yang juga mencakup keterlibatan kognitif di mana individu merasa fokus, terlibat penuh, dan peduli terhadap tugas saat ini. Karyawan dengan keterlibatan tinggi benar-benar peduli pada pekerjaannya, di mana mereka mengidentifikasi diri dengan peran tersebut, berpartisipasi aktif, dan menganggap pencapaian kerja sangat penting bagi identitas pribadi mereka (Kambunawati, 2022). Menurut (Hidayanto & Kurniawan, 2022), keterlibatan kerja karyawan yang tinggi ditandai dengan kepedulian besar terhadap yang diturunkan, hubungan psikologis yang kuat dengan pekerjaan, serta keyakinan penuh pada kemampuan diri menyelesaikan tanggung jawabnya. Keterlibatan kerja adalah sikap positif karyawan terhadap pekerjaannya. Hal ini terlihat saat karyawan penuh energi, antusias dengan pekerjaannya, terinspirasi olehnya, dan sulit memisahkan diri dari peran tersebut. Karyawan dengan keterlibatan tinggi akan sepenuhnya menyatu dengan pekerjaan dan identitasnya sebagai bagian organisasi (Sugiharjo et al., 2021).

Affective Commitment

Menurut (Chaidir et al., 2023), *Affective Commitment* atau komitmen afektif mengacu pada kelangsungan emosional karyawan terhadap organisasi, di mana mereka ingin terus bekerja bukan karena kewajiban, melainkan karena keinginan pribadi. Jenis komitmen ini juga mencerminkan ikatan yang kuat dengan nilai-nilai organisasi serta keselarasan antara tujuan individu dan sasaran perusahaan. Komitmen Afektif yang tinggi pada karyawan akan memicu kesadaran untuk menunjukkan sikap dan perilaku positif, seperti menghindari tindakan yang merusak reputasi organisasi atau secara sukarela membantu saat organisasi menghadapi tantangan (Hasanah et al., 2023).

Turnover Intention

Turnover Intention atau Niat Berpindah adalah perasaan atau pikiran yang belum direalisasikan, tetapi sudah menjadi pertimbangan karyawan untuk tetap bertahan di perusahaan yang sama atau justru berhenti dan mencari pekerjaan baru yang lebih menguntungkan bagi dirinya sendiri (Nuraeni et al., 2022). *Turnover Intention*, (Mulyaningsih & Tanuwijaya, 2023), Merujuk pada niat sukarela dan sadar karyawan untuk berhenti dari posisi kerja di organisasi saat ini atau beralih ke perusahaan lain yang dipilih sendiri setelah pertimbangan matang.

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh *Perceived Organization Support* terhadap *Affective Commitment*

Komitmen Afektif dengan Kebermaknaan Kerja sebagai Pemoderasi menambah penguatan pandangan tersebut. Pada penelitian yang dilakukan oleh (Ramanto & Sitio, 2022) mengatakan bahwa *Perceived Organization Support* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Affective Commitment*. Lalu didukung dengan penelitian (Alshaabani et al., 2021) mengatakan bahwa adanya hubungan Positif dan Signifikan antara *Perceived Organization Support* terhadap *Affective Commitment*. Berarti segala bentuk dukungan dari perusahaan kepada karyawan akan meningkatkan tingkat komitmen karyawan tersebut. Semakin tinggi Dukungan Organisasi yang Dirasakan karyawan maka semakin tinggi pula Komitmen Afektif. Oleh sebab itu, hipotesis ini dirumuskan sebagai berikut:

H1: *Perceived Organization Support* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Affective Commitment*

Pengaruh *Job Satisfaction* terhadap *Affective Commitment*

Karyawan yang merasa puas dengan pekerjaannya biasanya menunjukkan loyalitas dan kesetiaan yang lebih tinggi terhadap organisasi. Hal ini didukung dengan (Kurniawan & Karanita, 2022) yang mengatakan adanya hubungan positif dan signifikan *Job Satisfaction* terhadap *Affective Commitment*. Sejalan dengan penelitian (Muchtadin, 2023) yang mengatakan *Job Satisfaction* terhadap *Affective Commitment* berpengaruh positif dan signifikan. Jika karyawan merasa senang dengan pekerjaannya, mereka akan lebih berkomitmen pada organisasi. Oleh sebab itu, hipotesis ini dirumuskan sebagai berikut:

H2: *Job Satisfaction* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Affective Commitment*

Pengaruh *Job Involvement* terhadap *Affective Commitment*

Keterlibatan pekerjaan didefinisikan sebagai tingkat psikologis di mana individu merasa terikat atau berkomitmen terhadap tugas kerjanya (Kambunawati, 2022). Konsep ini juga mencakup tingkat keterlibatan kognitif, emosional, dan perhatian penuh terhadap pekerjaan saat ini. Pegawai dengan tingkat keterlibatan kerja tinggi cenderung menunjukkan kepedulian mendalam terhadap tanggung jawab mereka. Hal ini didukung dengan (Larasati & Raharja, 2024) yang mengatakan adanya hubungan positif dan signifikan *Job Involvement* terhadap *Affective Commitment* selaras dengan penelitian oleh (Kambunawati, 2022) mengatakan terdapat hubungan positif dan signifikan *Job Involvement* terhadap *Affective Commitment*. Karyawan dengan tingkat *Job Satisfaction* yang tinggi cenderung akan memiliki rasa keterikatan tinggi hubungan dengan perusahaan sehingga kuatnya *Affective Commitment*. Oleh sebab itu, hipotesis ini dirumuskan sebagai berikut:

H3: *Job Involvement* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Affective Commitment*

Pengaruh *Perceived Organization Support* terhadap *Turnover Intention*

Dukungan organisasi yang dirasakan merujuk pada persepsi karyawan bahwa mereka dihargai atau mendapat dukungan dari organisasi (seperti kenaikan gaji atau kesempatan

pelatihan pengembangan), sehingga timbul rasa kewajiban (norma resiprokal) untuk berkontribusi pada pencapaian tujuan perusahaan (Lase et al., 2020). Hal ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh (Zanuar et al., 2025) yang mengatakan bahwa Hasil uji statistik menunjukkan hubungan negatif yang signifikan pada *Perceived Organization Support* terhadap *Turnover Intention*. (Takaya & Haeba Ramli, 2020) yang mengatakan *Perceived Organization Support* berpengaruh Negatif dan Signifikan terhadap *Turnover Intention*. Semakin tinggi *Perceived Organizational Support* yang diterima oleh karyawan, maka *Turnover Intention* semakin rendah, atau sebaliknya, semakin rendah *perceived organizational support* yang diterima oleh karyawan, maka *turnover intention* semakin tinggi. Oleh sebab itu, hipotesis ini dirumuskan sebagai berikut:

H4: *Perceived Organization Support* memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap *Turnover Intention*

Pengaruh *Job Satisfaction* terhadap *Turnover Intention*

Job Satisfaction (Kepuasan kerja) merupakan salah satu elemen penting dalam manajemen sumber daya manusia yang secara langsung mempengaruhi produktivitas dan kesejahteraan karyawan. Tingkat kepuasan kerja yang tinggi mampu membentuk lingkungan kerja yang positif, meningkatkan motivasi, serta menurunkan intensitas *turnover*—yaitu keinginan karyawan untuk keluar dari organisasi. Pada penelitiannya yang dilakukan oleh (Soeprapto et al., 2024) mengatakan bahwa terdapat hubungan Negatif Signifikan *Job Satisfaction* terhadap *Turnover Intention*, didukung juga dengan penelitian yang dilakukan oleh (Risma Dewi et al., 2025) mengatakan bahwa adanya hubungan Negatif Signifikan pada *Job Satisfaction* terhadap *Turnover Intention*. Semakin tinggi tingkat kepuasan kerja karyawan, semakin minim pula Tingkat *Turnover Intention* pada organisasi. Karyawan yang merasa puas terhadap pekerjaannya cenderung lebih terikat secara emosional dan bermotivasi tinggi untuk bertahan di perusahaan. Oleh sebab itu, hipotesis ini dirumuskan sebagai berikut:

H5: *Job Satisfaction* memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap *Turnover Intention*

Pengaruh *Job Involvement* terhadap *Turnover Intention*

Job Involvement (Keterlibatan Pekerjaan) merujuk pada seorang karyawan dianggap terlibat dalam pekerjaannya jika mampu mengidentifikasi diri secara psikologis dengan posisinya dan memandang kinerjanya bernilai penting bagi dirinya sendiri maupun organisasi (L. S. Kristoper et al., 2023). Sejalan dengan penelitian (Larasati & Raharja, 2024) terdapat hubungan negatif dan signifikan antara *Job Involvement* dengan *Turnover Intention*. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (L. S. Kristoper et al., 2023) yang mengatakan bahwa adanya pengaruh Negatif dan Signifikan pada *Job Involvement* dengan *Turnover Intention*. Semakin tinggi nilai *Job Involvement* maka *Turnover Intention* pada karyawan akan semakin rendah. Oleh sebab itu, hipotesis ini dirumuskan sebagai berikut:

H6: *Job Involvement* memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap *Turnover Intention*

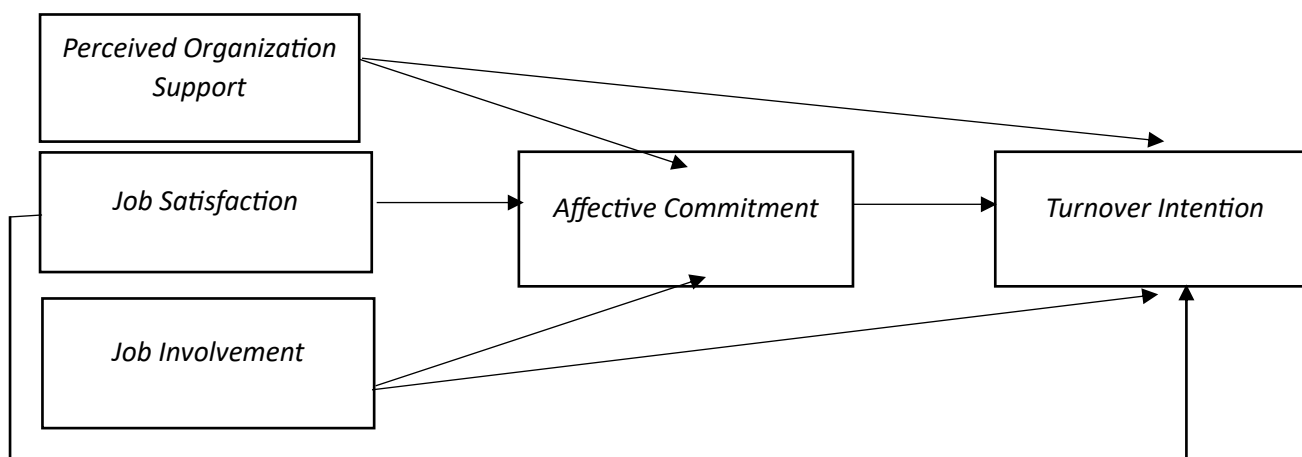
Pengaruh *Job Affective Commitment* terhadap *Turnover Intention*

Komitmen afektif (*Affective Commitment*) adalah dimana seorang individu dengan komitmen afektif tinggi cenderung bertahan dalam organisasi karena didorong oleh ikatan emosional yang kuat untuk tetap berada di dalamnya (Nabella, 2021). Hal ini didukung dengan (Muchtadin & Sundary, 2023) yang mengatakan bahwa terdapat hubungan Negatif dan Signifikan pada *Affective Commitment* terhadap *Turnover Intention*. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Nabella, 2021) yang mengatakan hal serupa yaitu adanya hubungan Negatif dan Signifikan pada *Affective Commitment* terhadap *Turnover Intention*. Semakin tinggi komitmen afektif (keterikatan emosional karyawan terhadap organisasi), maka semakin

rendah keinginan karyawan untuk melakukan *Turnover Intention*. Oleh sebab itu, hipotesis ini dirumuskan sebagai berikut:

H7: *Affective Commitment* memiliki pengaruh negatif terhadap *Turnover Intention*

Berdasarkan kajian teoritis dan hasil penelitian terdahulu, penelitian ini menyusun kerangka pemikiran yang menggambarkan hubungan antarvariabel. *Perceived Organizational Support* (X1), *Job Satisfaction* (X2), dan *Job Involvement* (X3) sebagai variabel independen diduga memengaruhi *Turnover Intention* (Y) baik secara langsung maupun tidak langsung melalui *Affective Commitment* (M) sebagai variabel mediasi. Hubungan antarvariabel tersebut selanjutnya diuji secara empiris melalui model penelitian yang disajikan pada gambar berikut:



Gambar 1. Kerangka Penelitian

METODE PENELITIAN

Jenis dan Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan mengumpulkan data dalam bentuk numerik dari sampel yang telah ditentukan berdasarkan kriteria penelitian. Pendekatan ini digunakan untuk menguji hubungan antarvariabel serta menjawab rumusan masalah melalui analisis statistik. Proses penelitian meliputi penyusunan hipotesis, pengumpulan data, pengolahan dan analisis data, hingga penarikan kesimpulan secara objektif dan sistematis (Machali, 2021).

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan hotel berbasis teknologi di Sukabumi yang memenuhi karakteristik penelitian. Teknik pengambilan sampel menggunakan non-probability sampling dengan metode *purposive sampling*, yaitu responden dipilih berdasarkan kriteria tertentu, meliputi: (1) Laki – laki dan Perempuan dengan rentang usia 18 – 29 tahun, (2) Pernah bekerja pada 2 perusahaan dalam 2 tahun terakhir, (3) Memiliki pekerjaan, (4) Aktif sosial media, dan (5) Domisili Jawa Barat. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 140 responden. Jumlah tersebut telah memenuhi rekomendasi minimum analisis *Structur Equation Modelling* (SEM) Amos yang disarankan oleh (Hair, 2022) yaitu minimal 100 responden agar menghasilkan estimasi model yang memadai.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini melibatkan responden yang merupakan karyawan Generasi Z di Jawa Barat. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara daring

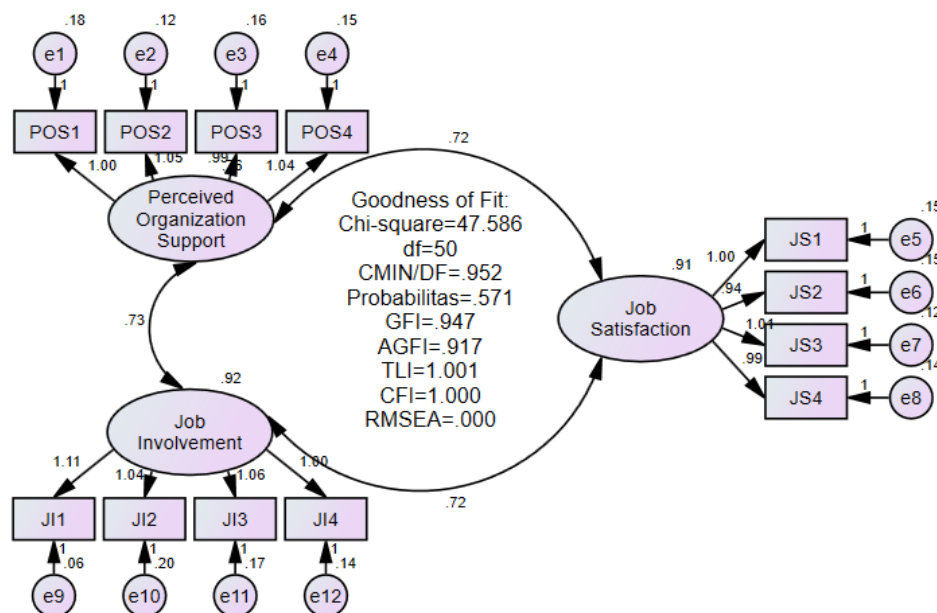
menggunakan Google Form kepada responden yang memenuhi kriteria penelitian, yaitu karyawan Generasi Z yang pernah bekerja di minimal dua perusahaan. Responden dipilih menggunakan teknik purposive sampling karena dianggap memiliki pengalaman yang relevan dengan variabel yang diteliti. Berdasarkan karakteristik jenis kelamin, responden penelitian didominasi oleh perempuan sebanyak 99 orang (70,6%), sedangkan responden laki-laki berjumlah 41 orang (29,4%). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah karyawan Generasi Z berjenis kelamin perempuan dengan persentase sebesar 70,6%.

Hasil Uji *Confirmatory Analysis* (CFA)

Digunakan untuk menunjukkan bagaimana peneliti telah menghubungkan indikator dengan variabel laten menunjukkan bahwa setiap indikator mengelompokkan sendiri ke dalam faktor-faktor yang terkait. Adapun hasil Uji *Confirmatory Factor Analysis* pada variabel eksogen dan endogen sebagai berikut:

Confirmary Factor Analysis (CFA) Eksogen

Berikut adalah gambar Uji CFA Eksogen:

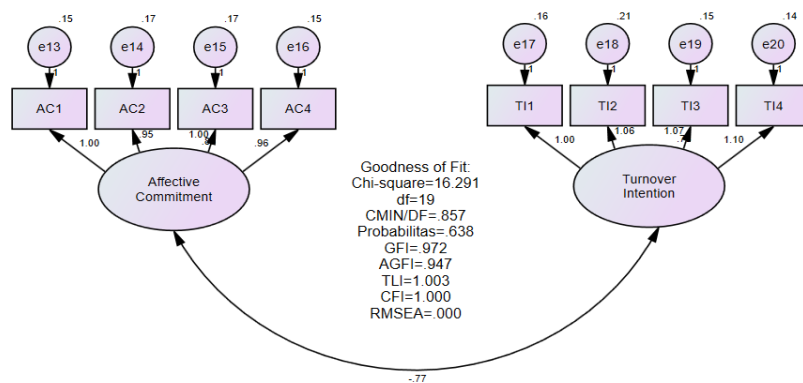


Gambar 2. Konstruk Eksogen *Perceived Organization Support*, *Job Satisfaction*, *Job Involvement*

Berdasarkan hasil gambar 2. pada konstruk *Perceived Organization Support*, *Job Satisfaction*, dan *Job Involvement*, model menunjukkan bahwa hasil uji *goodness of fit* model CFA eksogen telah memenuhi kriteria. Nilai Chi-Square sebesar 47,586 dengan $df = 50$. Nilai CMIN/DF sebesar $0,952 < 2,00$. Nilai Probability sebesar $0,571 > 0,05$. Nilai GFI sebesar $0,947 > 0,90$, AGFI sebesar $0,917 > 0,90$, TLI sebesar $1,001 > 0,90$, CFI sebesar $1,000 > 0,95$, dan RMSEA sebesar $0,000 < 0,08$.

Confirmary Factor Analysis (CFA) Endogen

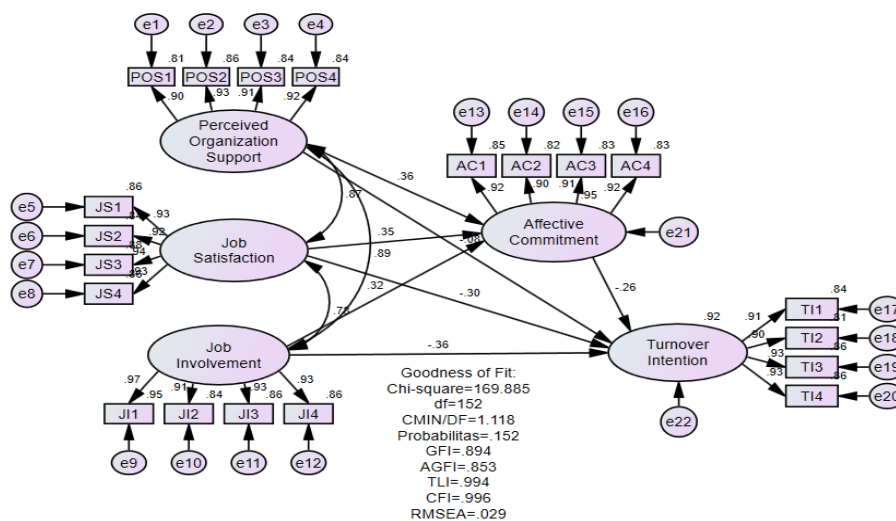
Berikut adalah gambar Uji CFA Endogen:



Gambar 3. Konstruk Endogen *Affective Commitment* dan *Turnover Intention*

Berdasarkan gambar 3. Hasil menunjukkan menunjukkan bahwa hasil uji *goodness of fit model* CFA endogen telah memenuhi kriteria. Nilai Chi-Square sebesar 16,291 dengan $df = 19$. Nilai CMIN/DF sebesar $0,857 < 2,00$. Nilai Probability sebesar $0,638 > 0,05$. Nilai GFI sebesar $0,972 > 0,90$, AGFI sebesar $0,947 > 0,90$, TLI sebesar $1,003 > 0,90$, CFI sebesar $1,000 > 0,95$, dan RMSEA sebesar $0,000 < 0,08$.

Uji Full Model Struktur Equation Modeling (SEM) AMOS



Gambar 4. Full Model Struktur Equation Modeling (SEM) AMOS

Berdasarkan gambar 4. hasil pengolahan data menggunakan AMOS, yang melibatkan variabel *Perceived Organizational Support*, *Job Satisfaction*, *Job Involvement*, *Affective Commitment*, dan *Turnover Intention* menunjukkan tingkat kecocokan model (*goodness of fit*) yang baik. Nilai Chi-Square sebesar 169,885 dengan derajat kebebasan (df) sebesar 152 dan probabilitas sebesar $0,152 (> 0,05)$ mengindikasikan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara model dengan data empiris, sehingga model dinyatakan fit. Nilai CMIN/DF sebesar 1,118 yang berada di bawah batas maksimum 2,00 menunjukkan bahwa model memiliki tingkat kecocokan yang sangat baik. Indeks TLI sebesar 0,994 dan CFI sebesar 0,966 telah memenuhi nilai cut off ($> 0,90$), yang menunjukkan bahwa model mampu menjelaskan hubungan antarvariabel dengan baik. Nilai GFI sebesar 0,894 dan AGFI sebesar 0,853 berada pada kategori *marginal fit* karena sedikit di bawah nilai cut off sebesar 0,90.

namun masih dapat diterima dalam penelitian berbasis SEM. Sementara itu, nilai RMSEA sebesar 0,029 yang berada di bawah batas maksimum 0,08 menunjukkan bahwa tingkat kesalahan aproksimasi model terhadap populasi sangat kecil. Secara keseluruhan, hasil uji *goodness of fit* menunjukkan bahwa model penelitian telah memenuhi kriteria kelayakan dan layak digunakan untuk pengujian hipotesis.

Tabel 1. Standardized Direct Effects

	<i>Job Involvement</i>	<i>Job Satisfaction</i>	<i>Perceived Organization Support</i>	<i>Affective Commitment</i>	<i>Turnover Intention</i>
<i>Affective Commitment</i>	,325	,347	,359	,000	,000
<i>Turnover Intention</i>	-,362	-,301	-,083	-,262	,000

Berdasarkan Tabel diatas dapat diketahui besarnya pengaruh langsung antar variabel dalam bentuk *standardized coefficient*. Hasilnya menunjukkan bahwa *Job Involvement* memiliki pengaruh langsung positif terhadap *Affective Commitment* sebesar 0,325. *Job Satisfaction* memiliki pengaruh langsung positif terhadap *Affective Commitment* sebesar 0,347. *Perceived Organizational Support* memiliki pengaruh langsung positif terhadap *Affective Commitment* sebesar 0,359. Selanjutnya, *Job Involvement* memiliki pengaruh langsung negatif terhadap *Turnover Intention* sebesar -0,362. *Job Satisfaction* memiliki pengaruh langsung negatif terhadap *Turnover Intention* sebesar -0,301. *Perceived Organizational Support* memiliki pengaruh langsung negatif terhadap *Turnover Intention* sebesar -0,083. *Affective Commitment* memiliki pengaruh langsung negatif terhadap *Turnover Intention* sebesar -0,262. Dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa pengaruh terbesar terhadap *Affective Commitment* adalah *Perceived Organizational Support* dengan nilai 0,359. Sedangkan pengaruh terbesar terhadap *Turnover Intention* adalah *Job Involvement* dengan nilai -0,362.

Tabel 2. Standardized Indirect Effects

	<i>Job Involvement</i>	<i>Job Satisfaction</i>	<i>Perceived Organization Support</i>	<i>Affective Commitment</i>	<i>Turnover Intention</i>
<i>Affective Commitment</i>	,000	,000	,000	,000	,000
<i>Turnover Intention</i>	-,085	-,091	-,094	,000	,000

Berdasarkan Tabel diatas dapat diketahui besarnya pengaruh tidak langsung antar variabel dalam bentuk *standardized coefficient*. Hasilnya menunjukkan bahwa *Job Involvement* memiliki pengaruh tidak langsung terhadap *Turnover Intention* melalui *Affective Commitment* sebesar -0,085. *Job Satisfaction* memiliki pengaruh tidak langsung terhadap *Turnover Intention* melalui *Affective Commitment* sebesar -0,091. *Perceived Organizational Support* memiliki pengaruh tidak langsung terhadap *Turnover Intention* melalui *Affective Commitment* sebesar -0,094. Dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa pengaruh tidak langsung terbesar terhadap *Turnover Intention* adalah *Perceived Organizational Support* dengan nilai -0,094. Sementara itu variabel *Affective Commitment* tidak memiliki pengaruh tidak langsung terhadap variabel lainnya.

PEMBAHASAN

Pengaruh *Perceived Organization Support* terhadap *Affective Commitment*

Hasil analisis menunjukkan bahwa *Perceived Organizational Support* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Affective Commitment*, dengan nilai estimasi sebesar 0,380 dan tingkat signifikansi $p < 0,001$. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi persepsi karyawan Generasi Z terhadap dukungan yang diberikan oleh organisasi, maka semakin tinggi pula komitmen afektif yang dimiliki terhadap organisasi tempat mereka bekerja. Dukungan organisasi yang dirasakan, seperti perhatian terhadap kesejahteraan karyawan, penghargaan atas kontribusi yang diberikan, serta kepedulian terhadap kebutuhan karyawan, mampu membangun keterikatan emosional yang lebih kuat sehingga karyawan merasa menjadi bagian penting dari organisasi. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa *Perceived Organizational Support* berpengaruh positif terhadap *Affective Commitment* dapat diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Ramanto & Sitio, 2022) mengatakan bahwa *Perceived Organization Support* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Affective Commitment*. Lalu didukung dengan penelitian (Alshaabani et al., 2021) mengatakan bahwa adanya hubungan Positif dan Signifikan antara *Perceived Organization Support* terhadap *Affective Commitment*.

Pengaruh *Job Stisfaction* terhadap *Affective Commitment*

Hasil analisis menunjukkan bahwa *Job Satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Affective Commitment*, dengan nilai estimasi sebesar 0,340 dan tingkat signifikansi $p < 0,001$. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat kepuasan kerja yang dirasakan oleh karyawan Generasi Z, maka semakin tinggi pula komitmen afektif yang dimiliki terhadap organisasi tempat mereka bekerja. Kepuasan kerja yang tercermin melalui kepuasan terhadap gaji, lingkungan kerja, hubungan dengan rekan kerja, supervisi, maupun kesempatan pengembangan karier mampu meningkatkan rasa nyaman, bangga, dan keterikatan emosional karyawan terhadap organisasi. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa *Job Satisfaction* berpengaruh positif terhadap *Affective Commitment* dapat diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan beberapa penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Kurniawan & Karanita, 2022) yang mengatakan adanya hubungan positif dan signifikan *Job Satisfaction* terhadap *Affective Commitment*. Sejalan dengan penelitian (Muchtadin, 2023) yang mengatakan *Job Satisfaction* terhadap *Affective Commitment* berpengaruh positif dan signifikan. Jika karyawan merasa senang dengan pekerjaannya, mereka akan lebih berkomitmen pada organisasi.

Pengaruh *Job Involvement* terhadap *Affective Commitment*

Hasil analisis menunjukkan bahwa *Job Involvement* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Affective Commitment*, dengan nilai estimasi sebesar 0,314 dan tingkat signifikansi $p < 0,001$. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi keterlibatan kerja yang dimiliki karyawan Generasi Z, maka semakin tinggi pula komitmen afektif mereka terhadap organisasi. Karyawan yang memiliki keterlibatan kerja tinggi cenderung lebih memberikan perhatian, waktu, dan energi dalam pekerjaannya sehingga menumbuhkan rasa memiliki, keterikatan emosional, dan loyalitas terhadap organisasi. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa *Job Involvement* berpengaruh positif terhadap *Affective Commitment* dapat diterima. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian oleh (Larasati & Raharja,

2024) yang mengatakan adanya hubungan positif dan signifikan *Job Involvement* terhadap *Affective Commitment* selaras dengan penelitian oleh (Kambunawati, 2022) mengatakan terdapat hubungan positif dan signifikan *Job Involvement* terhadap *Affective Commitment*. Karyawan dengan tingkat *Job Satisfaction* yang tinggi cenderung akan memiliki rasa keterikatan tinggi hubungan dengan perusahaan sehingga kuatnya *Affective Commitment*.

Pengaruh *Perceived Organization Support* terhadap *Turnover Intention*

Hasil analisis menunjukkan bahwa *Perceived Organizational Support* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Turnover Intention*, dengan nilai estimasi sebesar -0,084 dan tingkat signifikansi $p = 0,532$. Temuan ini mengindikasikan bahwa dukungan organisasi yang dirasakan oleh karyawan Generasi Z belum mampu memengaruhi keinginan mereka untuk meninggalkan organisasi. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa *Perceived Organizational Support* berpengaruh negatif terhadap *Turnover Intention* ditolak. Hasil ini tidak sejalan dengan beberapa teori yang sudah ada. Secara logis hal ini dapat terjadi karena bagi karyawan Generasi Z, dukungan organisasi saja tidak cukup untuk menahan mereka tetap bertahan. Generasi Z cenderung lebih pragmatis dan mempertimbangkan faktor eksternal seperti tawaran gaji yang lebih tinggi, *work life balance*, atau peluang karier yang lebih baik di perusahaan lain. Selain itu, dukungan yang diberikan organisasi mungkin belum sesuai dengan harapan dan kebutuhan spesifik Generasi Z seperti fleksibilitas kerja, pengembangan diri, dan apresiasi cepat. Sehingga meskipun karyawan merasa didukung, hal tersebut belum tentu dapat menurunkan niat mereka untuk keluar dari organisasi.

Pengaruh *Job Satisfaction* terhadap *Turnover Intention*

Hasil analisis menunjukkan bahwa *Job Satisfaction* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *Turnover Intention*, dengan nilai estimasi sebesar -0,283 dan tingkat signifikansi $p = 0,007$. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat kepuasan kerja yang dirasakan oleh karyawan Generasi Z, maka semakin rendah niat mereka untuk meninggalkan organisasi. Kepuasan kerja yang tercermin melalui gaji, lingkungan kerja, hubungan dengan rekan kerja, dan kesempatan pengembangan karier membuat karyawan merasa nyaman dan enggan untuk keluar dari organisasi. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa *Job Satisfaction* berpengaruh negatif terhadap *Turnover Intention* dapat diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan yang dilakukan oleh (Soeprapto et al., 2024) mengatakan bahwa terdapat hubungan Negatif Signifikan *Job Satisfaction* terhadap *Turnover Intention*, didukung juga dengan penelitian yang dilakukan (Risma Dewi et al., 2025) yang mengatakan bahwa adanya hubungan Negatif Signifikan pada *Job Satisfaction* terhadap *Turnover Intention*. Semakin tinggi tingkat kepuasan kerja karyawan, semakin minim pula Tingkat *Turnover Intention* pada organisasi.

Pengaruh *Job Involvement* terhadap *Turnover Intention*

Hasil analisis menunjukkan bahwa *Job Involvement* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *Turnover Intention*, dengan nilai estimasi sebesar -0,335 dan tingkat signifikansi $p < 0,001$. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa *Job Involvement* berpengaruh negatif terhadap *Turnover Intention* dapat diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Larasati & Raharja, 2024) terdapat hubungan negatif dan signifikan antara *Job Involvement* terhadap *Turnover Intention*. Juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (L. S. Kristoper et al., 2023) yang mengatakan bahwa adanya

pengaruh Negatif dan Signifikan pada *Job Involvement* dengan *Turnover Intention*. Semakin tinggi rasa keterlibatan kerja pada diri karyawan maka *Turnover Intention* pada karyawan akan semakin rendah.

Pengaruh *Affective Commitment* terhadap *Turnover Intention*

Hasil analisis menunjukkan bahwa *Affective Commitment* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Turnover Intention*, dengan nilai estimasi sebesar -0,251 dan tingkat signifikansi $p = 0,260$. Meskipun koefisien menunjukkan arah hubungan negatif, pengaruh tersebut tidak signifikan secara statistik. Temuan ini mengindikasikan bahwa tingginya ikatan emosional karyawan Generasi Z terhadap organisasi belum cukup kuat untuk menurunkan keinginan mereka meninggalkan organisasi. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa *Affective Commitment* berpengaruh negatif terhadap *Turnover Intention* ditolak. Temuan ini tidak sejalan dengan beberapa teori yang sudah ada dan dapat dijelaskan oleh karakteristik Generasi Z yang cenderung memiliki orientasi karier yang dinamis dan lebih terbuka terhadap berbagai peluang kerja. Meskipun memiliki hubungan emosional yang baik dengan organisasi, keputusan untuk berpindah kerja dapat dipengaruhi oleh faktor lain, seperti kesempatan pengembangan karier, kompensasi yang lebih kompetitif, fleksibilitas kerja, maupun peluang memperoleh pengalaman baru. Dengan demikian, tingginya *Affective Commitment* belum tentu mampu menekan *Turnover Intention* secara langsung.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa *Perceived Organization Support*, *Job Satisfaction*, dan *Job Involvement* terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Affective Commitment* pada karyawan Generasi Z di Jawa Barat. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi karyawan terhadap dukungan organisasi, semakin tinggi tingkat kepuasan kerja, serta semakin besar keterlibatan mereka dalam pekerjaan, maka semakin kuat pula keterikatan emosional yang dimiliki terhadap organisasi. Dukungan organisasi yang dirasakan, kepuasan terhadap pekerjaan, serta keterlibatan aktif dalam menjalankan tugas mampu membangun rasa memiliki, loyalitas, dan komitmen afektif yang lebih tinggi pada karyawan Generasi Z. Selanjutnya, *Job Satisfaction* dan *Job Involvement* terbukti memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap *Turnover Intention*. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepuasan kerja dan keterlibatan kerja yang dimiliki karyawan, maka semakin rendah keinginan mereka untuk meninggalkan organisasi. Kepuasan terhadap pekerjaan, lingkungan kerja, hubungan dengan rekan kerja, serta kesempatan pengembangan karier mendorong karyawan untuk bertahan dalam organisasi. Demikian pula, keterlibatan kerja yang tinggi membuat karyawan merasa pekerjaannya memiliki arti penting sehingga mengurangi niat untuk mencari pekerjaan di tempat lain. Namun demikian, *Perceived Organization Support* dan *Affective Commitment* tidak terbukti memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap *Turnover Intention*. Hasil ini mengindikasikan bahwa bagi karyawan Generasi Z, dukungan organisasi maupun keterikatan emosional terhadap organisasi belum tentu menjadi faktor utama yang menentukan keputusan untuk tetap bertahan. Keputusan berpindah kerja masih dipengaruhi oleh berbagai pertimbangan lain, seperti peluang karier yang lebih baik, kompensasi yang lebih kompetitif, fleksibilitas kerja, serta kesempatan memperoleh pengalaman baru.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa *Affective Commitment* berperan sebagai hasil dari meningkatnya *Perceived Organization Support*, *Job Satisfaction*, dan *Job Involvement*, namun belum mampu menjadi faktor yang secara langsung menurunkan Turnover Intention pada karyawan Generasi Z di Jawa Barat. Temuan ini mengindikasikan bahwa organisasi tidak hanya perlu meningkatkan dukungan, kepuasan, dan keterlibatan kerja, tetapi juga perlu memahami karakteristik Generasi Z yang memiliki orientasi karier dinamis dan ekspektasi tinggi terhadap pengembangan diri, keseimbangan kehidupan kerja, serta peluang karier. Oleh karena itu, strategi retensi karyawan Generasi Z perlu dirancang secara lebih komprehensif agar mampu menekan tingkat *turnover intention* secara berkelanjutan. Secara teoritis, penelitian ini memperkuat kajian perilaku organisasi bahwa *Perceived Organization Support*, *Job Satisfaction*, dan *Job Involvement* berperan dalam membentuk *Affective Commitment*, tetapi komitmen afektif belum tentu mampu menekan *Turnover Intention* Generasi Z. Secara praktis, organisasi perlu memprioritaskan peningkatan kepuasan dan keterlibatan kerja melalui kompensasi yang adil, lingkungan kerja kondusif, fleksibilitas, pengembangan karier, serta pemberian pekerjaan yang bermakna. Penelitian selanjutnya disarankan menambahkan variabel seperti *work-life balance*, *career development*, *compensation*, dan *employee engagement*, memperluas wilayah dan sektor penelitian, meningkatkan jumlah sampel, serta menggunakan pendekatan *longitudinal* atau *mixed methods* untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai *Turnover Intention* Generasi Z.

DAFTAR PUSTAKA

- Aziz, M. A. (2021). Pengaruh Lingkungan Kerja Dan Kinerja Karyawan Terhadap Turnover Intentions Dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pt Selamat Lestari Mandiri Kota Sukabumi). *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 9(2), 229-237. <https://doi.org/10.31846/jae.v9i2.383>
- Alshaabani, A., Naz, F., Magda, R., & Rudnák, I. (2021). *Impact of perceived organizational support on ocb in the time of covid-19 pandemic in hungary: Employee engagement and affective commitment as mediators*. *Sustainability (Switzerland)*, 13(14). <https://doi.org/10.3390/su13147800>
- Bayu, D., Susita, D., & Parimita, W. (2023). *The Effect of Emotional Intelligence and Work Environment On Affective Commitment and Job Satisfaction as Intervening Variables in State Elementary School 1 In Kemayoran District, Central Jakarta*. *International Journal of Business and Social Science Research*, 6–17. <https://doi.org/10.47742/ijbssr.v4n1p2>
- Bayu Setiawan, M. ., Antony, A., & Khairul Amal, M. . (2024). Analysis of the Influence of Human Resource Management and Work Motivation on Employee Performance Through Organizational Commitment as Mediation (Analysis Study at The Industrial Development Job Training Center, Pasar Rebo, DKI Jakarta). *International Journal of Social Science, Education, Communication and Economics (SINOMICS Journal)*, 3(4), 1143–1158. <https://doi.org/10.54443/sj.v3i4.399>
- Chaidir, J., Haerofiatna, H., Kania, D., & Wahyudi, W. (2023). Peran mediasi komitmen afektif pada persepsi dukungan organisasi terhadap kinerja karyawan. *MBR (Management and Business Review)*, 7(1), 30–45. <https://doi.org/10.21067/mbr.v7i1.8723>

- Dwi, A., Putri, N., & Amalia, I. (2025). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi *Turnover Intention* Pada Karyawan Gen Z: Sebuah *Systematic Literature Review*. 5(4). <https://Jurnalp4i.Com/Index.Php/Paedagogy>
- Hair, J. F. (2022). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*.
- Hasanah, S. F. N., Suryadi, E., & Askolani. (2023). *Pengaruh Kepuasan Kerja Dan Komitmen Afektif Terhadap Organizational Citizenship Behavior (Ocb)*. 9.
- Hidayah, N., Litfiana, R., Tinggi Ilmu Ekonomi Pemuda, S., Kunci, K., Organisasi, D., Karir, P., & Kerja, K. (2024). Pengaruh Dukungan Organisasi, Pengembangan Karir terhadap Kepuasan Kerja dan Turnover Intention pada Karyawan Operasional PT. CRS (Siantar Top Group, Tbk) (Vol. 06, Number 1).
- Hidayanto, N. R., & Kurniawan, I. S. (2022). Pengaruh kepemimpinan transformasional, kepuasan kerja, motivasi ekstrinsik, dan keterlibatan kerja terhadap komitmen organisasional.
- Kambunawati, A. P. (2022). Pengaruh Keterlibatan Kerja Terhadap Prestasi Kerja Dimediasi Komitmen Afektif dan Kepuasan Kerja Pada ASN di Lingkungan Pemerintah Kabupaten Mahakam Ulu. In *Jurnal Produktivitas* (Vol. 9). www.openjurnal.unmuhpnk.ac.id/index.php/jp
- Kristoper, L. S., Tatimu, V., & Rumawas, W. (2023). Pengaruh Pelatihan Kerja Dan Keterlibatan Kerja Terhadap Turnover Intention Karyawan PT. Royal Coconut Airmadidi (Vol. 4, Number 4).
- Kurniawan, I. S., & Karanita, W. (2022). Pengaruh Kualitas Kehidupan Kerja, dan Motivasi Intrinsik Terhadap Komitmen Afektif Dengan Kepuasan Kerja Sebagai Pemediasi. 4. <https://doi.org/10.47467/Alkharaj.V4i3.769>
- Larasati, P., & Raharja, E. (2024). Dengan Komitmen Afektif Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Karyawan Pt Bri Kanwil Semarang). *Diponegoro Journal Of Management*, 13(1). <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/index>
- Lase, M., Manurung, Y. S., & Akmal, M. El. (2020). Keinginan Berpindah Kerja ditinjau dari Persepsi Dukungan Organisasi Karyawan Toko Matahari Medan Fair. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 2(3), 597–606. <https://doi.org/10.34007/jehss.v2i3.120>
- Manafe, D., Moi, M. O. V., & Bribin Burin, S. N. (2025). Exploring Generation Y And Z *Perspectives on Work-Life Balance*. *Jurnal Manajerial*, 12(02), 223–248. <https://doi.org/10.30587/jurnalmanajerial.v12i02.9629>
- Muchtadin. (2023). Pengaruh Kepuasan Kerja Dan Makna Kerja Terhadap Komitmen Afektif Dimoderasi Resiliensi Pada Pekerja Milenial. *Jurnal Dialogika: Manajemen Dan Administrasi*, 5(1), 10–17. <https://doi.org/10.31949/dialogika.v5i1.7513>
- Muchtadin, & Sundary, Z. E. (2023). Pengaruh Komitmen Afektif, Stres Kerja, *Work Engagement* Terhadap *Turnover Intention* Perawat Bakti Timah Pangkalpinang *The Influence of Affective Commitment, Job Stress, Work Engagement on Turnover Intention of Bakti Timah Nurses in Pangkalpinang* (Vol. 2, Number 2).

- Mulyaningsih, S. A., & Tanuwijaya, J. (2023). *Pengaruh Job Stress, Perceived Organizational Support, Work Family Conflict Terhadap Turnover Intention Pada Pt Xyz*. *Jesya*, 6(2), 1546–1561. <https://doi.org/10.36778/Jesya.V6i2.1066>
- Muslihat, T. Y. (2025). *Pengaruh Work- Life Balance Terhadap Turnover Intention Pada Pekerja Generasi Z*. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(4), 1476–1484. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i4.3174>
- Nabella, A. N. (2021). *Efek Mediasi Affective Commitment Antara Pengaruh Job Embeddedness Terhadap Turnover Intention*. In *Jurnal Ilmu Manajemen* (Vol. 9).
- Nuraeni, S., Samsudin, A., & Jhoansyah, D. (2022). *Pengaruh Kepuasan Kerja Dan Komitmen Afektif Terhadap Niat Berpindah Pt. Charoen Pokphand Jaya Farm Mekarsari Kabupaten Sukabumi*. *The Influence Of Job Satisfaction And Affective Commitment On Turnover Intention Pt. Charoen Pokphand Jaya Farm Mekarsari Sukabumi District*.
- Oktavia Ramadhani, & Khoirunisa. (2025). *Generasi Z dan Teknologi : Gaya Hidup Generasi Z di Era Digital*. *Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Sosial (Jupendis)*, 3(1), 323–331. <https://doi.org/10.54066/jupendis.v3i1.2916>
- Ramanto, A., & Sitio, V. S. S. (2022b). *Pengaruh Budaya Organisasi Dan Dukungan Organisasi Terhadap Komitmen Organisasional Karyawan Pt. Carefastindo Di Jakarta*.
- Risma Dewi, N. L. P. D., Hardika, I. R., & Septiary, Y. L. (2025). *Hubungan Kepuasan Kerja Dengan Turnover Intention Karyawan Di PT. X*. *Jurnal Psikologi Mandala* 2025, 09(1), 2580–4065.
- Siti Fathimah Nurul Hasanah, Edi Suryadi, & Askolani. (2023). *Pengaruh Kepuasan Kerja Dan Komitmen Afektif Terhadap Organizational Citizenship Behavior (OCB)*. 3.
- Soeprapto, A., Tawil, M. R., Naim, S., Buamonabot, I., & Thahrim, M. (2024). *Analysis Of The Effect Of Job Satisfaction And Tenure On Turnover Intention-Adi Soeprapto et.al Analysis Of The Effect Of Job Satisfaction And Tenure On Turnover Intention*. *Jurnal Ekonomi*, 13. <https://doi.org/10.54209/ekonomi.v13i03>
- Sugiharjo, R. J., Purbasari, Rr. N., Parashakti, R. D., & Prastia, A. (2021). *The Effect of Job Involvement, Organizational Commitment, and Job Satisfaction on Turnover Intention. Information and Knowledge Management*, 11. <https://doi.org/10.7176/ikm/11-2-04>
- Tagumara, Y., Chandra Kirana, K., Ekonomi, F., & Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta, U. (2023). *Pengaruh Dukungan Organisasi, Kematangan Emosi dan Motivasi Kerja terhadap Komitmen Afektif Karyawan pada Dinas Pemadam Kebakaran dan Penyelamatan Kota Yogyakarta*. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 5(6), 2023. <https://doi.org/10.47476/reslaj.v5i6.2715>
- Takaya, R., & Haeba Ramli, A. (2020). *Perceived Organizational Support and Turnover Intention*.
- Vieira, J., & Gomes, C. (2024). *Talent Management and Generation Z: A Systematic Literature Review through the Lens of Employer Branding*. <https://doi.org/10.3390/admsci>
- Wibowo, F., Sosilowati, E., & Setiawan, A. A. (2024). *Fenomena turnover intention pada Generasi Z dalam revolusi industri 5.0*. *Journal of Management and Digital Business*, 4(2), 313–325. <https://doi.org/10.53088/jmdb.v4i2.1120>

Wira Atma, F., Kusnilawati, N., & Budiati, Y. (2025). Peran *Intervening* Kepuasan Kerja Pada Komitmen Afektif. 9(3), 2025.

Zanuar, M., Pambudi, R., & Abadiyah, R. (2025). Kepuasan Kerja, Iklim Organisasi, Dukungan Organisasi Terhadap *Turnover Intention* Pada Karyawan Generasi Z. In *MES Management Journal* (Vol. 4).