

**PENGARUH *PSYCHOLOGICAL CAPITAL* (MODAL PSIKOLOGIS)
TERHADAP *JOB HOPPING INTENTION* PADA PEKERJA GENERASI Z**

SKRIPSI

Disampaikan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana (S1)
Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung Semarang



Disusun oleh :

Ana Nurul Amanah

(30702000022)

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
SEMARANG**

2024

PERSETUJUAN PEMBIMBING
PENGARUH *PSYCHOLOGICAL CAPITAL* (MODAL PSIKOLOGIS)
TERHADAP *JOB HOPPING INTENTION* PADA PEKERJA GENERASI Z

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Ana Nurul Amanah

3070200022

Telah disetujui untuk diuji dan dipertahankan di depan Dewan Penguji guna
memenuhi persyaratan untuk memenuhi gelar Sarjana Psikologi

Pembimbing

Tanggal

Dr. Joka Kuncoro, S.Psi., M.Si

15 Februari 2024

Semarang, 15 Februari 2024

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Psikologi

Universitas Islam Sultan Agung Semarang



Dr. Joka Kuncoro, S.Psi., M.Si

NIK. 210799001

HALAMAN PENGESAHAN

Pengaruh Psychological Capital (Modal Psikologis) terhadap Job Hopping Intention pada Pekerja Generasi Z

Dipersiapkan dan disusun oleh:

Ana Nurul Amanah

30702000022

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada 27 Februari 2024

Dewan Penguji

Tanda Tangan

1. Dr. Joko Kuncoro, S. Psi, M. Si

2. Inhasuti Sugiasih, S.Psi, M. Psi, Psikolog

3. Ratna Supradewi, S. Psi, M. Si, Psikolog

Skripsi ini diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi

Semarang, 27 Februari 2024

Mengetahui,
Dean Fakultas Psikologi UNISSULA



Dr. Joko Kuncoro, S.Psi., M.Si
NIDN. 210799001

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, Ana Nurul Amanah dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini adalah karya sendiri dan belum pernah diajukan untuk memperoleh derajat kesarjanaan di suatu perguruan tinggi manapun
2. Sepanjang pengetahuan saya, skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis/ diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar Pustaka
3. Jika terdapat hal-hal yang tidak sesuai dengan isi pernyataan ini, maka saya bersedia derajat kesarjanaan saya dicabut

Semarang, 15 Februari 2024



Ana Nurul Amanah

30702000022



MOTTO

“Boleh jadi kamu membenci sesuatu, padahal itu baik bagimu dan boleh jadi kamu menyukai sesuatu, padahal itu buruk bagimu. Allah mengetahui, sedangkan kamu tidak mengetahui.”

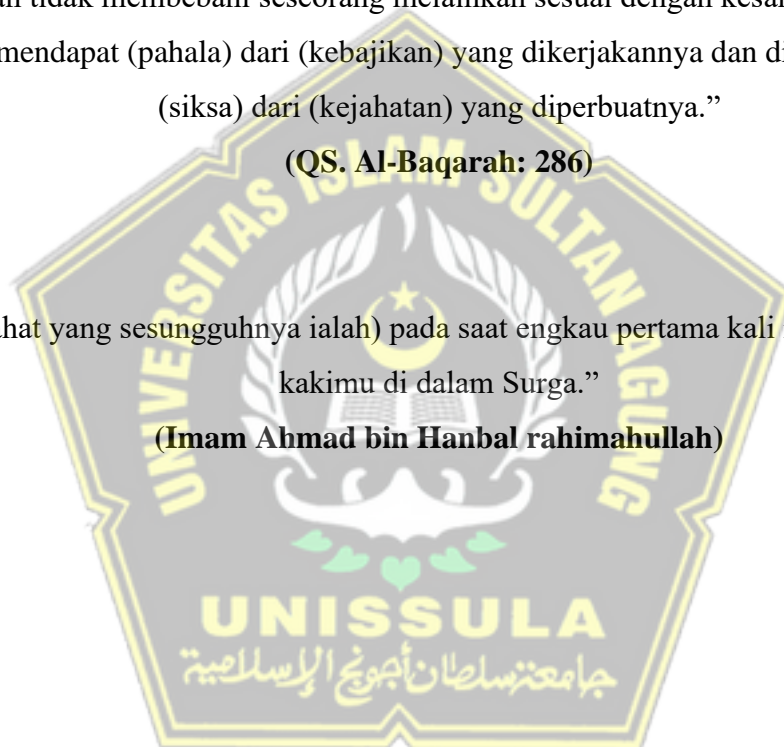
(QS. Al-Baqarah: 216)

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya. Dia mendapat (pahala) dari (kebajikan) yang dikerjakannya dan dia mendapat (siksa) dari (kejahatan) yang diperbuatnya.”

(QS. Al-Baqarah: 286)

“(istirahat yang sesungguhnya ialah) pada saat engkau pertama kali menginjakkan kakimu di dalam Surga.”

(Imam Ahmad bin Hanbal rahimahullah)



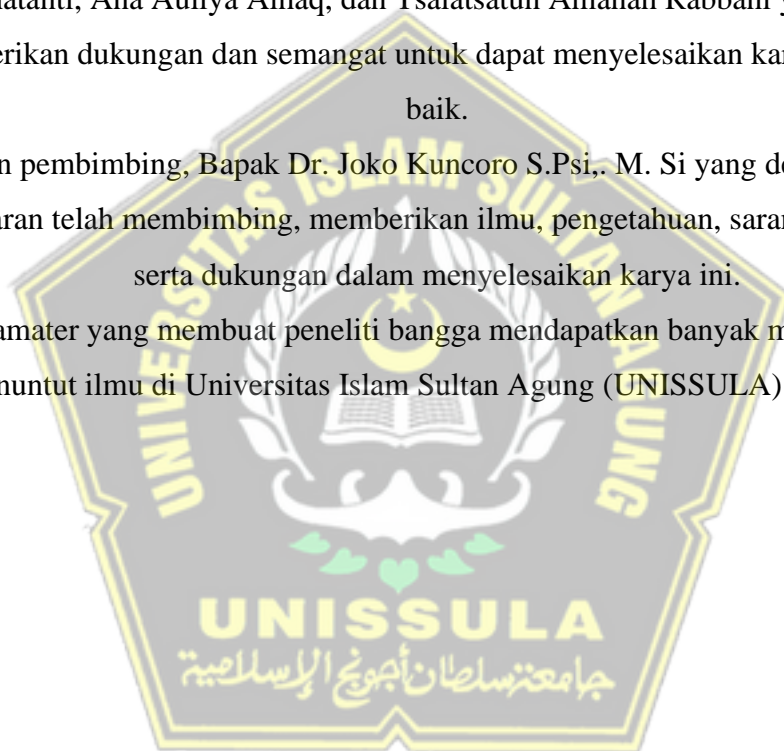
PERSEMBAHAN

Alhamdulillah. Puji syukur kepada Allah subhanahu wa ta'ala yang telah memberikan nikmat luar biasa, memberi saya kekuatan, dan membekali saya dengan ilmu pengetahuan.

Saya persembahkan karya ini kepada kedua orang tua saya Bapak Suroto dan Ibu Sri Istanti yang selalu melangitkan doa-doa baik dan menjadikan motivasi untuk saya dalam mewujudkan segala mimpi peneliti. Serta kakaku, Nur Rohmah Prihatanti, Ana Auliya Alhaq, dan Tsalatsatun Amanah Rabbani yang selalu memberikan dukungan dan semangat untuk dapat menyelesaikan karya ini dengan baik.

Dosen pembimbing, Bapak Dr. Joko Kuncoro S.Psi., M. Si yang dengan penuh kesabaran telah membimbing, memberikan ilmu, pengetahuan, saran, dan nasihat serta dukungan dalam menyelesaikan karya ini.

Almamater yang membuat peneliti bangga mendapatkan banyak makna dalam menuntut ilmu di Universitas Islam Sultan Agung (UNISSULA) Semarang



KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah subhanahu wa ta'ala dan atas kehendak-Nya maka peneliti dapat menyelesaikan dengan baik salah satu syarat guna memperoleh gelar S-1 Sarjana Psikologi. Sholawat serta salam selalu tercurahkan kepada Rasulullah shalallahu 'alaihi wassalam, keluarga dan para sahabatnya.

Peneliti mengakui bahwa dalam proses penulisan ini masih jauh dari kata sempurna. Dalam penyusunan ini, peneliti tentu banyak mengalami kesulitan serta hambatan. Namun, berkat bantuan, bimbingan, arahan, dan motivasi dari berbagai pihak yang membersamai saya, maka saya dapat menyelesaikan karya ini sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Akhirnya dengan penuh kerendahan hati peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Joko Kuncoro, S.Psi., M.Psi. selaku Dekan Fakultas Psikologi UNISSULA dan Dosen Pembimbing peneliti yang telah mengapresiasi dan memotivasi seluruh mahasiswa Fakultas Psikologi untuk terus berprestasi serta telah berkenan meluangkan waktu untuk membimbing, memberikan arahan, dan memotivasi peneliti sehingga karya ini terselesaikan dengan baik.
2. Ibu Dr.Hj. Retno Anggraini, M.Si, Psi. selaku dosen wali yang senantiasa membantu, memberikan saran, dan perhatian kepada peneliti dalam menjalani Pendidikan di Fakultas Psikologi.
3. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Psikologi UNISSULA atas dedikasinya dalam memberikan ilmu kepada peneliti yang sangat bermanfaat hingga saat ini dan di kemudian hari kelak.
4. Bapak dan Ibu Staff Tata Usaha serta Perpustakaan Fakultas Psikologi UNISSULA yang telah memberikan kemudahan dalam mengurus proses administrasi sejak awal perkuliahan hingga karya ini terselesaikan.
5. Kedua orang tua saya, Suroto dan Sri Istanti yang sangat peneliti sayangi dan cintai serta kakakku, Nur Rohmah Prihatanti, Ana Auliya Alhaq, dan Tsalatsatun Amanah Rabbani yang selalu memberikan doa, dukungan, nasihat, dan semangat untuk dapat menyelesaikan karya ini dengan baik.

6. Keluarga besar yang telah memberikan semangat dan dukungan baik secara moril maupun material.
7. Sahabat dan teman-teman saya yang telah menemani dalam suka maupun duka. Terima kasih atas segala waktu, usaha, dan dukungan yang telah diberikan.
8. Semua pihak yang telah memberikan doa, dukungan, dan semangat kepada peneliti yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Terima kasih atas doa dan dukungannya, segala doa yang baik akan kembali kepada kalian semua.
9. Seluruh responden, dan seluruh pihak yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi serta membantu membagikan kuesioner penelitian. Terima kasih atas kemurahan hati dan segala bantuannya.
10. Diri saya sendiri, Ana Nurul Amanah karena telah mampu berusaha dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri walaupun banyak tekanan dari luar keadaan dan tidak pernah memutuskan untuk menyerah sesulit apapun proses penyusunan karya ini.

Peneliti menyadari bahwa karya ini masih sangat jauh dari kata sempurna, maka dari itu peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran dari berbagai pihak guna menyempurnakan karya ini. Peneliti berharap karya ini dapat memberikan manfaat bagi perkembangan ilmu psikologi khususnya di bidang psikologi industri dan organisasi. Saya juga berharap agar karya ini dapat bermanfaat dan memberikan perkembangan dalam ilmu pengetahuan psikologi.

Semarang, 15 Februari 2024

Yang menyatakan

Ana Nurul Amanah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
1. Manfaat Teoritis.....	7
2. Manfaat Praktis.....	7
BAB II LANDASAN TEORI.....	8
A. <i>Job Hopping Intention</i>	8
1. Pengertian <i>Job Hopping Intention</i>	8
2. Faktor-Faktor <i>Job Hopping Intention</i>	10
3. Aspek-Aspek <i>Job Hopping Intention</i>	11
4. Dampak Negatif <i>Job Hopping</i> bagi Perusahaan.....	12
B. Modal Psikologis.....	13
1. Pengertian Modal Psikologis.....	13
2. Aspek-Aspek Modal Psikologis.....	14
C. Generasi Z.....	18
1. Pengertian Generasi Z.....	18
D. Hubungan Antara <i>Psychological Capital</i> (Modal Psikologis) dengan <i>Job Hopping Intention</i>	20

E. Hipotesis.....	22
BAB III METODE PENELITIAN.....	23
A. Identifikasi Variabel.....	23
B. Definisi Operasional.....	23
C. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	24
1. Populasi.....	24
2. Sampel	24
3. Teknik Pengambilan Sampel	25
D. Metode Pengumpulan Data	25
1. Alat Ukur <i>Job Hopping Intention</i>	25
2. Alat Ukur Modal Psikologis	25
E. Validitas, Uji Daya Beda Item, dan Reliabilitas	26
1. Validitas.....	26
2. Uji Daya Beda Aitem	26
3. Reliabilitas.....	27
F. Teknik Analisis Data.....	27
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	28
A. Orientasi Kacah dan Pelaksanaan Penelitian	28
1. Orientasi Kacah dan Pelaksanaan Penelitian.....	28
2. Persiapan Penelitian	30
3. Pelaksanaan Penelitian	31
B. Analisis Data dan Hasil Penelitian.....	33
1. Uji Asumsi.....	33
2. Uji Hipotesis.....	34
C. Deskripsi Variabel Penelitian.....	36
1. Deskripsi Data Alat Ukur <i>Job Hopping Intention</i>	36
2. Deskripsi Data Alat Ukur Modal Psikologis.....	37
D. Pembahasan.....	39
E. Kelemahan Penelitian.....	40
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	41
A. Kesimpulan Penelitian	41
B. Saran.....	41
1. Bagi Organisasi atau Perusahaan.....	41
2. Bagi Pekerja Generasi Z.....	41

3. Bagi Penelitian Selanjutnya.....	42
DAFTAR PUSTAKA	43
LAMPIRAN.....	47



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Alat Ukur Job Hopping Motives Scale	25
Tabel 2. Alat Ukur Psychological Capital Questionnaire (PCQ).....	26
Tabel 3. Distribusi Penomeran Item Alat Ukur Job Hopping Motives Scale	30
Tabel 4. Distribusi Penomeran Aitem Alat Ukur Psychological Capital Questionnaire (PCQ).....	31
Tabel 5. Daya Beda Aitem Alat Ukur Job Hopping Motives Scale.....	32
Tabel 6. Daya Beda Aitem Alat Ukur Psychological Capital Questionnaire (PCQ)	33
Tabel 7. Uji Normalitas.....	34
Tabel 8. Uji Linieritas	34
Tabel 9. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Modal Psikologis	35
Tabel 10 . Model Summary Uji Regresi Linear Sederhana Modal Psikologis	35
Tabel 11. Norma Kategorisasi.....	36
Tabel 12. Deskripsi Alat Ukur Job Hopping Motives Scale.....	36
Tabel 13. Norma Kategorisasi Alat Ukur Job Hopping Motives Scale	37
Tabel 14. Deskripsi Alat Ukur Psychological Capital Questionnaire (PCQ)	38
Tabel 15. Norma Kategorisasi Alat Ukur Psychological Capital Questionnaire (PCQ)	38



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Skala Penelitian	48
LAMPIRAN 2 Tabulasi Data Penelitian	56
LAMPIRAN 3 Uji Validitas dan Reliabilitas	67
LAMPIRAN 4 Uji Analisis Data Penelitian	69
LAMPIRAN 5 Dokumentasi Penelitian	73



**PENGARUH *PSYCHOLOGICAL CAPITAL* (MODAL PSIKOLOGIS)
TERHADAP *JOB HOPPING INTENTION* PADA PEKERJA GENERASI Z**

Ana Nurul Amanah
Fakultas Psikologi
Universitas Islam Sultan Agung Semarang
Email : ananurulamnh@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara *psychological capital* (modal psikologis) terhadap *job hopping intention* pada pekerja generasi Z di Indonesia. *Job hopping intention* pada penelitian ini mengacu pada kecenderungan seorang pekerja untuk berganti pekerjaan atau berpindah organisasi secara sukarela, meskipun baru bekerja dalam waktu yang singkat, yaitu kurang dari dua tahun (Lake, dkk., 2017). Dari data yang dikumpulkan sebanyak 103 subjek pekerja generasi Z berpartisipasi dalam pengisian kuesioner yang disebar secara *online*. Penelitian ini menggunakan alat ukur *Psychological Capital Questionnaire* (PCQ) dari Luthans, dkk. (2007) yang disusun berdasarkan 4 dimensi dengan koefisien reliabilitas sebesar 0,890. Selain itu, menggunakan alat ukur *Job Hopping Motives Scale* dari Lake, dkk. (2017) yang disusun berdasarkan 2 dimensi dengan koefisien reliabilitas sebesar 0,910. Analisis data pada penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi sederhana. Hasil uji hipotesis menunjukkan nilai $R=0,207$ dengan signifikansi 0,036 ($p < 0,05$), hal ini menunjukkan modal psikologis memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel *job hopping intention*.

Kata Kunci : Modal Psikologis, *Job Hopping Intention*

THE EFFECT OF PSYCHOLOGICAL CAPITAL ON JOB HOPPING INTENTION OF GENERATION Z WORKERS

Ana Nurul Amanah

Faculty of Psychology

Sultan Agung Islamic University, Semarang

Email : ananurulamnh@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to investigate the influence of psychological capital on job hopping intentions among Generation Z workers in Indonesia. Job hopping intention, in this research, refers to a worker's inclination to change jobs or switch organizations voluntarily, even within a short period, i.e., less than two years (Lake, 2017). Data collected from 103 Generation Z worker subjects who participated in online questionnaire surveys. The study employed the Psychological Capital Questionnaire (PCQ) by Luthans, et al. (2007), structured across four dimensions with a reliability coefficient of 0.890. Additionally, the study used the Job Hopping Motives Scale by Lake, et al., (2017), organized into two dimensions with a reliability coefficient of 0.910. Data analysis utilized simple regression analysis techniques, and the hypothesis test results showed an R value of 0.207 with a significance of 0.036 ($p < 0.05$), indicating that psychological capital significantly influences the job hopping intention variable.

Keywords: *Psychological Capital, Job Hopping Intention*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Fenomena dunia kini adalah perkembangan zaman yang begitu pesat, dan salah satu pendorong utamanya adalah perkembangan pada bidang teknologi dan komunikasi yang cepat. Tentunya karena hal ini sangat berpengaruh terhadap bidang industri dan organisasi. Sebuah organisasi baik yang berada pada perusahaan ataupun tidak sering kali mengandalkan sumber daya yang memiliki lima komponen, yaitu manusia, uang, metode, mesin, dan bahan dasar (Moore, dkk., 2010). Di antara kelima sumber daya tersebut, peran manusia menjadi komponen utama. Manusia bertindak sebagai perencana, pelaksana dan penentu dalam memenuhi kebutuhan organisasi atau perusahaan dan mencapai tujuan dari organisasi tersebut (Karavardar, 2014).

Sebagai organisasi, perusahaan memiliki peran krusial dalam mendukung pembangunan. Dengan demikian, keberadaan karyawan yang berkualitas tinggi sangat diperlukan. Hal ini mendorong perusahaan untuk menginvestasikan sumber daya yang signifikan dalam perekrutan, pelatihan, pengembangan, serta pemeliharaan tenaga kerja. Kawasan perusahaan kini cenderung kompetitif disebabkan banyak perusahaan berbondong-bondong dalam upaya peningkatan efisiensi di berbagai bidang sektor yang memerlukan investasi yang besar (Khafsin, 2016). Keunggulan suatu organisasi juga perlu dijaga yaitu dengan mempertahankan tenaga kerja yang sudah ada untuk mencegah perpindahan atau kepergian pekerja dari perusahaan, atau yang disebut dengan istilah *turnover*. Hal ini menunjukkan bahwa fungsi HR (*Human Resource*) sangat diperlukan untuk dapat memberikan *treatment* yang tepat dan sesuai dengan kebutuhan pekerja. Oleh karena itu, mengelola pergantian seorang pekerja dalam suatu organisasi adalah tugas yang penting.

Menurut Krishnan dan Sethuramasubbiah (2012) *turnover* dapat memberikan dampak positif bagi perusahaan, dimana ketika pekerja yang memiliki kinerja buruk digantikan oleh pekerja baru yang lebih terampil atau ketika pekerja yang sudah waktunya pensiun digantikan dengan pekerja baru yang

lebih muda dan produktif. Tetapi perlu diingat, bahwa perputaran pekerja juga memiliki dampak negatif yang justru lebih besar dibandingkan dengan dampak positif. Dari segi finansial, organisasi atau perusahaan akan mengeluarkan banyak biaya dalam proses rekrutmen dan pelatihan pada pekerja baru. Segi kualitas yaitu adanya penurunan efisiensi pekerja sebelum mereka benar-benar meninggalkan tempat kerjanya (Salem & Qamar, 2017), kemudian berkurangnya modal pengetahuan pekerja yang sebelumnya telah dilatih (Iu, 2010). Tidak hanya itu, perusahaan juga harus memastikan bahwa mereka dapat menemukan pengganti yang baik, namun kegiatan ini akan memakan waktu yang lama dan juga menurunkan reputasi perusahaan. Sementara itu, pekerja yang masih bertahan pada tempat kerja tersebut akan merasakan beban kerja yang berat karena menggantikan pekerjaan dari pekerja yang keluar dari organisasi atau perusahaan tersebut (Saleem & Qamar, 2017). Hal ini dapat menyebabkan menurunnya produktivitas perusahaan.

Dampak merugikan lain yang nyata bagi perusahaan adalah risiko penyebaran informasi penting ke perusahaan pesaing. Di antara beberapa negara seperti Jepang, Amerika Serikat, dan Jerman, mereka cenderung memiliki kekhawatiran pada pekerja yang berpotensi tinggi untuk melakukan *job hopping* karena besarnya biaya investasi yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk melaksanakan program pelatihan dan pengembangan keterampilan (Yuen, 2016)

Topik mengenai *turnover* ini sudah lama menjadi perhatian utama dalam dunia penelitian, walaupun dahulu kala pekerja cenderung akan menetap dalam kurun waktu yang lama di suatu perusahaan sembari meningkatkan karier mereka. Berbeda dengan masa kini, dimana pekerja tidak lagi memilih untuk bertahan dalam jangka waktu yang lama di satu perusahaan. Menurut (Niki, 2017), hal ini sesuai dengan teori baru, yaitu pekerja sebagai individu dapat menentukan arah karier pribadi, yang tidak bergantung sepenuhnya pada perusahaan. Fenomena baru yang menarik ini dikenal dengan istilah “*job hopping*”.

Job hopping adalah perilaku berpindah-pindah tempat kerja dengan cepat. Seiring berjalannya waktu semakin banyak ditemukan pekerja yang tidak mampu bertahan di tempat kerjanya dalam waktu yang lama, dengan kata lain bahwa

fenomena *job hopping* di masyarakat semakin meningkat. Konsep mengenai *job hopping* sedikit berbeda dari *turnover* pada umumnya. Perbedaan tersebut terletak pada rentang waktu pekerja dapat bertahan atau menetap di tempat kerja dan frekuensi (seberapa sering) pekerja berpindah tempat kerja (Yuen, 2016). Pada saat ini, perilaku *job hopping* memiliki perbedaan deskripsi yang signifikan antara penulis satu dengan yang lain. Menurut (Pranaya, 2014) *job hopping* adalah bentuk dari *voluntary turnover* yaitu seorang pekerja memiliki pola berpindah tempat kerja setiap satu hingga dua tahun atas keinginan atau keputusan sendiri, bukan karena kebijakan perusahaan yang bersangkutan.

Dibalik fenomena ini, terdapat tantangan besar yang harus dihadapi oleh perusahaan, yaitu perubahan sikap dan perilaku pekerja masa kini. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) yang dilakukan pada tahun 2021, bahwasannya generasi Z mendominasi dibandingkan dengan populasi generasi sebelumnya. Databoks menjelaskan bahwa generasi Z memiliki persentase 27,94% atau jumlah 74,93 juta. Beberapa di antara generasi Z telah memasuki usia produktif dimana mulai masuk dunia kerja. Hal ini membuat para pekerja generasi Z menjadi subjek yang menarik untuk diteliti. Menurut teori generasi (*Generation Theory*) oleh (Graeme Codrington & Sue Grant-Marshall, 2004), Generasi Z merupakan kelompok usia yang lahir dalam rentang tahun 1996 – 2010.

Generasi Z lahir dan tumbuh bersamaan dengan perkembangan teknologi yang begitu pesat, sehingga kemampuannya dalam menggunakan teknologi jauh lebih baik dibandingkan dengan generasi sebelumnya. Generasi Z memiliki kualitas yang baik dalam mencari dan mendapatkan berbagai informasi, serta menjadikannya tipe generasi yang lebih kreatif dan inovatif.

Meski perbedaan usia yang jauh membuat nilai dan orientasi kerja antar generasi menjadi berbeda, namun perusahaan harus dinamis dalam menghadapi pergeseran ini. Berbeda generasi, berbeda karakteristik berbeda pula kebutuhan dan ekspektasinya. Generasi Z adalah pembelajar seumur hidup yang gemar mencari pengetahuan baru, menginginkan kesempatan untuk terus belajar dan mengembangkan keterampilan di tempat kerja sehingga lebih memilih untuk menjadi “job hopper” dengan memanfaatkan teknologi untuk mengoptimalkan

potensi yang dimilikinya.

Pada hal retensi, generasi Z cenderung akan bertahan lama berada dalam suatu organisasi atau perusahaan jika mereka mempunyai *personal relationship*. Generasi Z membutuhkan seorang mentor dari senior mereka. Dalam laporan *Workforce Institute* menunjukkan bahwa generasi Z mencari kepercayaan dan dukungan dari atasan disamping kualitas manajerial yang lain. Begitu juga dalam hal motivasi, sangat berpengaruh dalam kehidupan personalnya. Dolot (2018) dalam penelitiannya terhadap 1162 responden menyebutkan generasi Z menginginkan timbal balik dari atasan masing-masing mengenai hasil pekerjaan mereka. Generasi ini juga nampaknya memiliki komitmen diri yang rendah. Hal ini didukung dengan data yang didapat oleh peneliti ketika melakukan wawancara *pre-eliminatory* dengan tiga orang pekerja generasi Z.

Wawancara yang dilakukan peneliti pada pekerja generasi Z yang berinisial HM mengatakan bahwa:

..“jujur saya katakan bahwa saya tetap dapat menikmati kegiatan yang ada hanya saja kondisi kultur perusahaan yang terbentuk seperti mulai dari visi misi hingga cara hidup dan pola interaksi yang digunakan sehari-hari rasanya tidak sejalan dengan saya. Jadi saya putuskan untuk pindah pekerjaan.”

Wawancara yang dilakukan peneliti pada pekerja generasi Z yang berinisial NA mengatakan bahwa:

..“tantangan utama yang saya hadapi saat ini adalah tekanan kerja yang berat dari perusahaan, dengan waktu enam hari kerja dan job yang dibebankan terlalu banyak sehingga kesejahteraan kehidupan menurun.”

Wawancara yang dilakukan peneliti pada pekerja generasi Z yang berinisial RU mengatakan bahwa:

..“saya memutuskan untuk berpindah pekerjaan karena gaji yang didapat tidak mencukupi untuk memenuhi kebutuhan hidup saya, dengan harapan gaji di pekerjaan yang baru lebih baik sehingga dapat meningkatkan kualitas hidup saya dan memberikan dukungan yang lebih baik kepada sekitar.”

Berdasarkan hasil wawancara dari beberapa narasumber, dapat disimpulkan bahwa pekerja generasi Z memiliki permasalahan yang memengaruhi keputusan mereka untuk berpindah pekerjaan seperti kultur perusahaan yang tidak sejalan, keseimbangan kehidupan kerja-pribadi, dan finansial. Faktor yang dialami

oleh pekerja generasi Z berdasarkan dari hasil wawancara tersebut yaitu generasi Z memiliki harapan yang tinggi terhadap kultur perusahaan dan cenderung mencari pekerjaan yang lebih mendukung aspek kerja dan pribadi.

Selain beberapa wawancara diatas, juga terdapat penelitian yang dilakukan oleh McClear (2019) yang menyatakan bahwa pekerja generasi Z lebih kecewa dengan posisi pekerjaan mereka saat ini, dengan 78% mengatakan generasi Z berencana untuk meninggalkan pekerjaan mereka saat ini dalam waktu dua tahun. Sebanyak 74% generasi Z bersedia pindah kerja jika tempat kerja baru memenuhi pilihan dan kesempatan yang lebih baik. Berdasarkan penelitian oleh Jobplanet (2017), menemukan bahwa di negara Indonesia ketika dibandingkan dengan generasi X dan generasi Y, generasi Z memiliki tingkat terendah loyalitas terhadap pekerjaan mereka. Sebanyak 57,3% dari total responden gen Z memutuskan untuk pindah dari pekerjaannya setelah satu tahun bekerja.

Rendahnya loyalitas kerja ini dapat mengarah pada pekerja untuk melakukan *job hopping intention*. Pekerja yang terlalu cepat keluar dari suatu organisasi dianggap tidak mampu memberikan kontribusi yang cukup untuk organisasi, serta dinilai sebagai individu yang tidak bertanggung jawab dan memiliki komitmen yang rendah.

Rendahnya komitmen ini diketahui berhubungan dengan *job hopping intention* (Morrow, 2011; Fishcher & Mansell, 2009; dalam Saleem & Qamar, 2017) dimana kecenderungan perilaku *job hopping* ini akan tinggi ketika seorang individu memiliki komitmen yang rendah. Komitmen yang rendah tersebut dapat ditingkatkan melalui modal psikologis. Modal psikologis adalah keadaan perkembangan positif seorang individu, yang terdiri dari empat aspek psikologis yaitu efikasi diri (*self-efficacy*), harapan (*hope*), optimisme (*optimism*), dan resiliensi (*resilience*).

Merujuk pada penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya yang menyatakan adanya hubungan antara modal psikologis dan *job hopping intention*. Seperti penelitian oleh Youssef (Luthans, Youssef, dkk., 2007) yang menunjukkan antara *hope* dan *resilience* berhubungan secara negatif dengan tingkat komitmen organisasi pekerja, dimana komitmen organisasi dalam penelitiannya juga turut

memengaruhi *job hopping intention*. Kemudian penelitian Luthans, dkk., pada tahun 2005 (dalam Liu, 2016) menunjukkan adanya hubungan negatif antara *optimism* dan intensi *turnover*. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Park dan Jung (2015) dan didukung oleh penelitian Kartika, dkk., (2017) menjelaskan bahwa *self-efficacy* memiliki hubungan dengan intensi *turnover* yang bersifat negatif.

Performa yang bagus sangat erat kaitannya dengan perkembangan keadaan psikologi positif dalam diri karyawan itu sendiri. Avey, dkk. (2009), menemukan bahwa modal psikologis merupakan konsep yang sangat efektif karena dapat mengurangi perilaku yang tidak diinginkan seperti *absentisme*, *sinisme*, dan intensi *turnover* pada pekerja, sehingga akan menghambat niat para pekerja untuk keluar dari tempat kerjanya.

Salah satu yang membuat karyawan dapat menikmati pekerjaannya yaitu ketika budaya di tempat kerja terasa seperti sebuah keluarga, sehingga membuat orang-orang bahagia dan menciptakan suasana kerja yang menyenangkan (Sypniewska, 2014). Hal ini sejalan dengan penelitian Sypniewska (2014) dan DeTienne, dkk. (2012) yang menjelaskan bahwa ketika pekerja dapat menikmati pekerjaannya, maka stres di tempat kerja akan berkurang dan kemudian dapat membuat karyawan lebih berkomitmen untuk tinggal di pekerjaan saat ini serta memiliki kecenderungan yang rendah untuk meninggalkan tempat kerjanya.

Berdasarkan pemaparan studi literatur di atas, peneliti tertarik untuk mengetahui lebih jauh terkait pengaruh *psychological capital* (modal psikologis) terhadap *job hopping intention* pada pekerja yang termasuk dalam generasi Z. Penelitian ini juga akan bermanfaat untuk membantu para praktisi bidang SDM ataupun HR dalam memahami bagaimana cara yang tepat untuk mempertahankan pekerja generasi Z yang saat ini mulai memasuki dunia kerja.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dituliskan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini: “Apakah ada pengaruh *psychological capital* (modal psikologis) terhadap *job hopping intention* pada pekerja generasi Z?”.

C. Tujuan Penelitian

Dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh yang signifikan dari *psychological capital* (modal psikologis) terhadap *job hopping intention* pada pekerja generasi Z.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Menambah wawasan baru mengenai konsep *psychological capital* (modal psikologis) dan *job hopping intention* pada pekerja generasi Z
- b. Mengetahui dan memberikan gambaran mengenai pengaruh *psychological capital* (modal psikologis) pada *job hopping intention*
- c. Memberi inspirasi untuk penelitian berikutnya dalam bidang *psychological capital* (modal psikologis) dan *job hopping intention*

2. Manfaat Praktis

Peneliti berharap dengan adanya hasil dari penelitian ini bisa memberikan kontribusi pemikiran dan masukan untuk organisasi atau perusahaan maupun pekerja generasi Z dalam mengelola dan melakukan intervensi terhadap permasalahan terkait tujuan perusahaan serta pengembangan karier pada pekerja generasi Z.

BAB II LANDASAN TEORI

A. *Job Hopping Intention*

1. Pengertian *Job Hopping Intention*

Job hopping telah menjadi istilah favorit untuk menggambarkan para pekerja yang memiliki kebiasaan berpindah-pindah pekerjaan (Rivers, 2018). Namun setiap penulis memiliki deskripsi yang berbeda mengenai istilah *job hopping*. Ketika seorang pekerja akan mencari pekerjaan lain setelah sepuluh tahun bekerja di suatu tempat dan pindah ke tempat lain setelah tiga tahun bekerja, atau bahkan berpindah-pindah perusahaan setiap satu tahun, maka itu dapat disebut dengan seorang *job hopper* (Khafsin, 2016).

Job hopping menurut Pranaya (2014) adalah bentuk dari *voluntary turnover* di mana seseorang lebih memilih untuk bekerja secara singkat dari satu posisi ke posisi lain dibandingkan bertahan pada satu pekerjaan atau perusahaan dalam waktu yang lama. Selain itu, Pranaya juga mendefinisikan *job hopping* sebagai pola berpindah-pindah tempat kerja setiap satu atau dua tahun secara sukarela atau atas keinginannya sendiri, bukan karena kebijakan perusahaan yang bersangkutan.

Tidak jauh berbeda, Yuen (2016) mendefinisikan *job hopping* sebagai perilaku pekerja yang sering berganti pekerjaan atau berpindah organisasi dalam waktu singkat. Yuen (2016) juga menambahkan perbedaan perilaku *job hopping* dengan *voluntary turnover* terletak pada durasi seberapa lama seorang pekerja bertahan di tempat kerjanya, serta frekuensi seringnya pekerja berpindah tempat kerja.

Khatri, dkk. (2001) mendefinisikan *job hopping* sebagai sikap atau perilaku pekerja yang berpindah dari satu pekerjaan ke pekerjaan lain, terlepas dari adanya alternatif yang lebih baik atau motif rasional yang serupa. Dengan kata lain, para pekerja berpindah pekerjaan tanpa prospek pertumbuhan yang pasti. Ini merupakan perilaku impulsif, atau mungkin ada pengaruh sosial yang membuat mereka mencari pekerjaan yang

berbeda. Pendapat ini sejalan dengan pemikiran Ghiselli (1974) yang sejak lama pernah menjelaskan *job hopping* sebagai “hobo syndrome”, yaitu hasrat yang muncul secara naluriah untuk berganti pekerjaan, yang mana hal ini disebabkan oleh dorongan dari dalam diri seseorang itu sendiri, bukan karena faktor eksternal. Konsep “hobo syndrome” ini juga mengatakan bahwa para pekerja yang gemar meninggalkan pekerjaannya yang sekarang, adalah mereka yang menunjukkan tanda-tanda “hobo syndrome” dengan meninggalkan pekerjaannya di masa lalu (Judge & Wantanabe, 1992).

Sedikit berbeda dengan beberapa definisi sebelumnya, Saleem (2017) memperluas definisi *job hopping* dengan membaginya menjadi dua tipe. Tipe pertama yaitu para pekerja yang melakukan *job hopping* sebagai sarana untuk menciptakan pengalaman baru, demi kemajuan kariernya. Tipe kedua yaitu berhubungan dengan budaya turonver, yang bisa digambarkan sebagai keyakinan normatif dari seorang individu atau kelompok kerja, di mana berganti pekerjaan hanya disebabkan karena orang lain melakukan hal yang sama.

Dari beberapa peneliti yang pernah mendefinisikan *job hopping*, Philip (2017) memilih untuk membuat definisinya sendiri, yaitu: “*Job hopping* adalah sebuah perilaku rasional karyawan yang secara sukarela sering berpindah pekerjaan (khususnya di awal kariernya) dengan prospek kemajuan karier”. Jadi terdapat tiga elemen penting dari definisi tersebut, yaitu (1) perilaku berpindah pekerjaan ini rasional. Mereka memiliki alasan yang logis untuk melakukan hal tersebut, seperti untuk kemajuan karier atau hidupnya; (2) bersifat sukarela. Terdapat dua macam *turnover* yaitu secara sukarela (*voluntary turnover*) dan tidak sukarela (*involuntary turnover*). Apabila karyawan berpindah pekerjaan bukan secara sukarela (misalnya karena dipecat, di-PHK, atau karena perusahaan bangkrut), maka tidak termasuk dalam kategori *job hopping*; (3) memiliki frekuensi tinggi atau sering terjadi. Ketika karyawan sering berpindah pekerjaan (setidaknya tiga kali berturut-turut), maka termasuk dalam *job hopping*

(Philip, 2017).

Philip (2017) berpendapat bahwa banyaknya variasi definisi *job hopping* dan kurangnya definisi yang jelas ini mungkin menggambarkan kesulitan dalam menentukan konten yang tepat terhadap perilaku *job hopping*. Hal ini mungkin juga disebabkan oleh langkanya hasil penelitian yang konsisten mengenai *job hopping*. Selain itu, pada penelitian Naresh dan Rathnam (2015) disebutkan bahwa para peneliti *job hopping* telah menggunakan beberapa istilah yang dapat saling menggantikan, seperti *job hopping*, *turnover*, *attrition*, *quitting*, *worker mobility* (Rousseau, dkk., 2003): *protean career* (Hall, 1976); *job shift*, *willingness to change companies* (Finegold, dkk., 2003); *work flows* (Burgess, dkk., 2000).

Intention sendiri merupakan kemungkinan subjektif yang ada pada seorang individu untuk melakukan perilaku tertentu. Penelitian terkait *intention* diharapkan mampu menjelaskan keputusan untuk memulai suatu perilaku. Hal ini dikarenakan *intention* dianggap sebagai determinan yang paling dekat dengan tingkah laku, dan merupakan prediktor terbaik dari kemunculan perilaku (Ajzen, 1991).

Berdasarkan penjabaran di atas, maka dalam penelitian ini *job hopping intention* didefinisikan sebagai keinginan atau kecenderungan seorang pekerja untuk berganti pekerjaan atau berpindah organisasi secara sukarela, meskipun baru bekerja dalam waktu yang singkat.

2. Faktor-Faktor Penyebab Terjadinya *Job Hopping Intention*

Menurut Larasati & Aryanto (2020), beberapa faktor yang mendukung munculnya *job hopping* pada pekerja, yaitu:

- a. Intrinsik yang berdasarkan faktor dari dalam diri seseorang meliputi hubungan yang buruk antar jabatan, masalah keluarga, budaya perusahaan yang tidak tepat, usia terlalu muda, kurangnya keseimbangan hidup pribadi-karier, dan kondisi psikologis yang ada pada diri individu (*psychological capital*)
- b. Ekstrinsik yang berdasarkan faktor dari luar diri seseorang meliputi keterikatan kerja yang rendah, benefit besar yang ditawarkan

perusahaan asing, jenjang karier yang jelas, dan kecenderungan belajar hal-hal baru.

Yang disampaikan oleh Widjaja, dkk., (2018), faktor penyebab terjadinya *job hopping intention*:

- a. Faktor individu yang meliputi *self-fulfillment* atau keinginan untuk mewujudkan visi dan misi hidup bermanfaat, *work family conflict* atau tantangan keluarga, dan sarana pengembangan diri.
- b. Faktor organisasi dan perusahaan yang meliputi kompensasi, penghargaan, budaya perusahaan, lingkungan kerja, dan promosi karier.

Berdasarkan beberapa pendapat yang telah disebutkan di atas dapat disimpulkan bahwa beberapa faktor penyebab terjadinya *job hopping intention* meliputi hubungan yang buruk antar orang lain, budaya perusahaan, usia, kurangnya keseimbangan hidup pribadi-karier, kondisi psikologis individu, keterikatan kerja yang rendah, kompensasi, penghargaan, promosi karier.

3. Aspek-Aspek *Job Hopping Intention*

Berdasarkan pendapat Lake, dkk., (2017), terdapat beberapa aspek untuk mengukur *job hopping intention*:

- a. *Escape*. Keinginan seorang pekerja untuk keluar dari situasi atau lingkungan kerja yang menekan, tidak memuaskan, atau tidak sesuai dengan harapan.
- b. *Advancement*. Keinginan seorang pekerja untuk keluar dari tempat kerja sebagai sarana kemajuan atau perkembangan karier.

Menurut Yuen (2016), terdapat beberapa aspek yang dapat mengukur *job hopping intention*:

- a. Frekuensi perubahan pekerjaan. Peralihan pekerjaan ditandai dengan seringnya pergantian pekerjaan secara sukarela, biasanya dalam kurun waktu yang singkat atau kurang dari 2 tahun.
- b. Loyalitas rendah. Para pencari kerja seringkali dianggap sebagai individu yang kurang memiliki loyalitas dan stabilitas, sehingga dapat membuat perusahaan ragu untuk merekrut mereka.

- c. Minat berpindah pekerjaan yang tinggi. Pekerja generasi Z diketahui memiliki niat berpindah pekerjaan yang lebih tinggi dibandingkan dengan generasi sebelumnya, yang seringkali disebabkan oleh faktor-faktor penyebab terjadinya *job hopping*.
- d. Keputusan pribadi. Peralihan pekerjaan adalah keputusan pribadi yang dibuat oleh individu.

Berdasarkan beberapa pendapat yang telah disebutkan dapat disimpulkan bahwa aspek-aspek *job hopping intention* meliputi *escape*, *advancement*, frekuensi perubahan pekerjaan, loyalitas rendah, minat berpindah pekerjaan yang tinggi, dan Keputusan pribadi.

4. Dampak Negatif *Job Hopping* bagi Perusahaan

Para pekerja memiliki sudut pandang bahwa *job hopping* telah menciptakan peluang baru untuk mempercepat pertumbuhan karier termasuk secara finansial. Namun dari sudut pandang organisasi, individu yang sering melakukan *job hopping* justru dianggap memberikan beban yang berat untuk mengganti pekerja di waktu yang tepat (Naresh & Rathnam, 2015).

Job hopping telah menjadi permasalahan yang paling mengkhawatirkan di kalangan organisasi saat ini, dimana perilaku tersebut memiliki banyak konsekuensi negatif khususnya bagi perusahaan. Pertama adalah terkait finansial, ditinjau dari proses rekrutmen hingga pelatihan. Ketika staf baru menggantikan pekerja yang telah terampil sebelumnya, maka ada beban biaya untuk pelatihan. Reader dan Soederberg (2013 dalam Yuen, 2016) juga mengatakan bahwa *job-hopper* sangat diperhatikan oleh salah satu manajer Jepang, ia berpikir bahwa waktu dan uang yang diinvestasikan untuk rotasi dan *training* menjadi sia-sia ketika pekerjaanya berhenti setelah mempelajari keterampilan baru. Ketika pekerja yang berpengalaman pergi, perusahaan perlu mengeluarkan uang untuk penggantian (misalnya untuk biaya iklan dan rekrutmen), serta pelatihan dan pengembangan staf baru (Cloutier, dkk., 2015).

Pengusaha di berbagai negara seperti Jerman, Jepang, dan Amerika mengeluh bahwa mereka tidak dapat melatih karyawan yang memiliki kecenderungan untuk *job hopping*, karena khawatir nantinya perusahaan pesaing yang justru akan mendapatkan karyawannya yang telah dilatih, padahal suatu perusahaan tentu sudah berinvestasi banyak dalam pelatihan (Lim, 2013 dalam Yuen, 2016). Selain itu, dari penelitian Hirono, dkk. (1986 dalam Yuen, 2016), perusahaan juga menjadi sangat khawatir akan rahasia atau strategi dagang yang mungkin bisa ditransfer ke perusahaan saingan ketika pekerja itu pindah.

Job hopping tidak hanya ditemukan pada pekerja biasa, bahkan manajer pun banyak yang melakukannya. Beberapa *job-hopper* dari level manajerial justru biasanya tidak memiliki kontribusi aktual untuk meningkatkan produktivitas perusahaan (Witt, 2011). Yuen (2016) berpendapat bahwa alasan berganti pekerjaan dengan cara ini adalah untuk menyembunyikan hasil buruk dari strategi manajemen yang mereka usulkan, apalagi ketika keadaannya lebih buruk setelah mereka menerapkan metode yang diusulkan. Hal ini tentu menjadi permasalahan yang harus segera dicari jalan keluarnya.

B. Modal Psikologis

1. Pengertian Modal Psikologis

Menurut Luthans, dkk., (2007) sebagai suatu organisasi atau perusahaan tentunya memiliki tantangan yang beragam, salah satu tantangan yang penting namun sering diabaikan adalah terkait pengembangan pada sumber daya (manusia) yang sudah ada. Pekerja saat ini tidak lagi membutuhkan tempat kerja yang menjanjikan pekerjaan seumur hidup, tetapi lebih kepada tempat kerja yang menyediakan peluang, sumber daya yang memadai, fleksibilitas dalam pertumbuhan, pengembangan karier, pembelajaran yang optimal dan perkembangan yang berkelanjutan. Hal ini menunjukkan pentingnya strategi agar dapat mencapai suatu tujuan dan visi misi dalam sebuah perusahaan.

Pada abad ke-20, muncul pendekatan baru di psikologi yaitu psikologi positif. Pendekatan ini menitikberatkan penggalian kekuatan-kekuatan yang dimiliki individu, yang dapat dikembangkan untuk mencapai kesejahteraan. Terdapat istilah *Positive Organizational Behavior* (POB) yang didefinisikan sebagai studi dan aplikasi dari kapasitas psikologi dan kekuatan dari sumber daya manusia yang berorientasi positif, dapat diukur, dikembangkan dan secara efektif dapat dikelola untuk meningkatkan kinerja organisasi (Luthans, dkk., 2007).

Seiring berkembangnya penelitian mengenai POB, Luthans, dkk., (2004) merumuskan konsep baru yaitu *psychological capital* atau dalam bahasa Indonesia sering disebut dengan modal psikologis. Pengertian modal psikologis sendiri adalah keadaan perkembangan positif seorang individu, yang terdiri dari empat konstruk psikologis yaitu efikasi diri (*self-efficacy*), harapan (*hope*), optimisme (*optimism*), dan resiliensi (*resilience*).

Luthans, dkk. (2007) berpendapat bahwa keempat dimensi tersebut tidak hanya bersifat *additively* (jumlah dari bagian-bagian), tetapi juga *synergistically* (lebih besar dari jumlah bagian-bagiannya) karena mereka akan saling bersinggungan. Keempat dimensi tersebut juga diyakini dapat memprediksi kinerja dan kepuasan kerja karyawan dengan lebih baik ketika menjadi satu variabel “modal psikologis” dibandingkan apabila diteliti secara terpisah (Avey, Luthans, Smith, & Palmer, 2010).

Dari beberapa definisi modal psikologis, dapat disimpulkan bahwa modal psikologis adalah kapabilitas, kapasitas, dan potensi psikologis yang dimiliki oleh individu, yang dapat membuatnya dengan memanfaatkan aspek-aspek atau komponen positif dalam diri sendiri sehingga memungkinkan individu untuk lebih kuat dalam mengatasi permasalahan yang sedang terjadi.

2. Aspek-Aspek Modal Psikologis

Luthans, dkk., 2007 berpendapat mengenai dimensi modal psikologis:

a. Efikasi Diri (*Self Efficacy*)

Istilah efikasi diri ini pertama kali diperkenalkan oleh Albert

Bandura. Pengertian efikasi diri adalah keyakinan atau rasa percaya diri yang dimiliki individu mengenai kemampuan untuk mengerahkan motivasi, serta kemampuan dan tindakan untuk menyelesaikan suatu tugas atau tantangan (Luthans, Youssef, & Avolio, 2007). Efikasi diri sering disamakan dengan sifat percaya diri. Luthans (2007) mengatakan bahwa individu yang memiliki komponen kepercayaan diri maka akan melakukan segala upaya untuk mencapai keberhasilan dalam menyelesaikan tugas-tugas yang menantang.

Efikasi diri bukanlah variabel kepribadian, melainkan konsep yang tertanam dalam diri individu dan dapat dibentuk serta dikembangkan. Individu yang memiliki efikasi diri yang tinggi akan lebih bisa menguasai dirinya dan mampu mengerjakan tugas-tugasnya tanpa perlu dorongan dari pihak eksternal (Luthans, Youssef, & Avolio, 2007). Karakteristik individu yang memiliki efikasi diri yang tinggi adalah memiliki tujuan hidup, mampu mengerjakan tugas yang berat, menyukai tantangan, mempunyai motivasi yang tinggi, serta yakin dengan kompetensi dirinya dalam menaklukkan segala tantangan untuk mencapai tujuannya.

b. Optimisme (*Optimism*)

Optimisme adalah bentuk keyakinan seorang individu bahwa mereka akan mendapatkan hasil yang positif dalam setiap tugas atau pekerjaan yang mereka lakukan. Optimisme yang dimiliki akan membuat individu memandang secara positif serta mengatribusikan secara internal aspek-aspek kehidupan yang baik, bukan hanya di masa lalu dan masa sekarang, tetapi juga di masa depan. Ketika dihadapkan pada peristiwa negatif yang menghadang, individu yang memiliki optimisme tinggi selalu melihat kejadian tersebut sebagai sesuatu yang bersifat sementara (*temporer*) dan bersifat spesifik (artinya tidak akan berlaku di situasi lainnya). Dengan cara pandang semacam itu, orang optimis akan selalu melihat kegagalan dengan kaca mata “positif”, sehingga tidak akan meratapi kegagalan tersebut dengan kesedihan yang

berkepanjangan. Individu yang optimis tidak akan terjebak pada masa lalu, mereka akan terus melangkahkan kaki ke depan dengan keyakinan positif.

Individu dengan optimisme yang tinggi dicirikan dengan selalu menunjukkan rasa syukur dan apresiasi kepada orang lain serta memanfaatkan kesempatan yang ada untuk mencapai kesuksesannya. Tingkat optimisme dapat dikembangkan ketika individu didorong untuk melihat ketidakpastian di masa depan sebagai kesempatan untuk perkembangan dan kemajuan diri (Luthans dan Youssef, 2004).

c. Harapan (*Hope*)

Menurut Luthans, dkk. (2007), harapan adalah sebuah keinginan dan jalan untuk menuju sukses. Definisi hope sendiri adalah sebuah keadaan psikologi positif yang berdasar pada kesadaran yang saling mempengaruhi antara *agency* (*willpower*/energi untuk mencapai tujuan), dan *pathways* (*waypower*/perencanaan untuk mencapai tujuan).

Penelitian yang dilakukan Synder, dkk. (1991 dalam Luthans, dkk., 2007) mendukung bahwa hope merupakan keadaan kognitif atau “berfikir” dimana seorang individu mampu menetapkan tujuan dan target atau pengharapan yang menantang namun realistis, kemudian mencoba mencapai tujuan-tujuan tersebut dengan kemampuannya sendiri. Ketika jalur asalnya terhalang, individu akan mampu menciptakan jalur alternatif untuk mencapai tujuan yang diinginkannya.

Harapan lebih sering dianggap sebagai sifat, namun juga dapat dikembangkan (Synder, dkk., 1996 dalam Luthans, dkk., 2007). Ada beberapa pendekatan yang sukses dilakukan untuk mengembangkan harapan. Pertama goal setting, yaitu menetapkan apa yang akan menjadi tujuan. Pendekatan ini sejalan dengan komponen pathways. Kemudian yang kedua adalah stepping, memberikan penjelasan mengenai langkah-langkah konkret yang digunakan untuk mencapai tujuan. Keempat yaitu showing confidence, yaitu memberikan pengakuan pada diri sendiri bahwa proses yang akan dikerjakan untuk mencapai tujuan

adalah hal yang disenangi dan tidak semata-mata fokus pada hasil akhirnya saja. Kelima adalah preparedness, dimana individu selalu siap menghadapi rintangan.

d. Resiliensi (*Resilience*)

Dari sudut pandang psikologi klinis, resiliensi didefinisikan sebagai kumpulan fenomena yang dikarakteristikan oleh pola adaptasi positif dalam konteks keterpurukan (Masten & Reed, 2002 dalam Luthans, dkk., 2007). Dalam pendekatan modal psikologis, definisi tersebut kemudian diperluas menjadi kemampuan untuk kembali bangkit dari situasi terpuruk dengan melakukan kegiatan-kegiatan positif dan menantang, yang mencerminkan adanya perkembangan diri ke arah yang lebih baik (Avolio dan Luthans, 2006; Luthans, 2002 dalam Luthans, dkk., 2007).

Resiliensi merupakan kemampuan yang dinamis, mudah dibentuk dan dikembangkan sesuai dengan kapasitas psikologis individu (Luthans, Youssef, & Avolio, 2007). Individu yang memiliki daya resiliensi yang tinggi akan memiliki toleransi kegagalan yang tinggi pula. Artinya, resiliensi akan membuat seorang individu berhasil menyesuaikan dirinya ketika berhadapan dengan kondisi yang tidak menyenangkan. Individu yang resiliensi mempunyai kecakapan untuk terus bertahan ketika dihadapkan pada kegagalan. Selain bertahan, mereka akan terus berusaha menciptakan jalan keluar untuk bisa terbebas dari tekanan.

Selain pendapat yang sudah dijelaskan di atas, Salanova & Ortega-Maldonado, (2019) juga berpendapat mengenai dimensi modal psikologis yang lainnya:

- a. Kekuatan Individu (*Individual Strength*). Bakat unik atau pola berpikir, perasaan, dan perilaku alami yang telah diidentifikasi dan dikembangkan menjadi kekuatan.
- b. Keterlibatan (*Engagement*): Hal ini mengacu pada seberapa terlibat, antusias, dan berkomitmennya seseorang terhadap pekerjaan mereka.

Tingkat keterlibatan yang tinggi kemungkinan besar berkontribusi pada modal psikologis individu.

- c. Kesejahteraan (*Well-being*): Hal ini adalah keadaan nyaman, sehat, atau bahagia. Kesejahteraan seseorang kemungkinan besar akan meningkat ketika mereka mampu menggunakan kekuatan mereka, sehingga berkontribusi pada modal psikologis mereka.
- d. Kinerja (*Performance*): Hal ini tentang pencapaian suatu tugas atau tujuan yang berbasis kekuatan menunjukkan bahwa ketika individu menggunakan kekuatan mereka, mereka cenderung akan berkinerja baik.

Berdasarkan beberapa pendapat yang telah disebutkan dapat disimpulkan bahwa aspek modal psikologis meliputi efikasi diri, optimisme, harapan, resiliensi, kekuatan individu, keterlibatan, kesejahteraan, dan kinerja.

C. Generasi Z

1. Pengertian Generasi Z

Menurut McCrindle (2006), generasi adalah sekelompok orang yang lahir pada rentang waktu tertentu dan terdapat suatu penanda sosial yang secara unik membentuk mereka. Penelitian ini menggunakan pemahaman bahwa suatu generasi terbentuk karena memiliki kesamaan pengalaman, sehingga generasi Z di Indonesia memiliki perspektif yang sama dengan seluruh rekan generasi Z di belahan dunia yang lain karena adanya paparan informasi dan teknologi pada zaman digital ini (Lancaster & Stillman 2010, Dries dkk 2008 dalam Luntungan 2014).

Generasi Z adalah seorang individu yang lahir pada rentang waktu tahun 1996 – 2010 (Graeme Codrington & Sue Grant- Marshall, 2004). Pada masa kini, generasi Z dengan usia tertua yaitu 28 tahun atau juga individu yang lahir pada tahun 1996. Dalam PBB, jumlah populasi generasi Z di seluruh dunia diperkirakan mencapai lebih dari 2 miliar

orang, hal ini menjadikan generasi Z adalah kelompok generasi terbesar dalam populasi global.

Menurut data Statistical (2019) dinyatakan bahwa seorang pekerja yang lahir pada rentang tahun 1996 – 2010 di negara Indonesia memiliki jumlah 16.729.540 orang. Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta mencatat bahwa pada tahun 2020, jumlah individu yang termasuk dalam kategori generasi Z diperkirakan mencapai 2,56 miliar orang secara global yang memasuki dunia kerja.

Generasi Z diakui sebagai generasi profesional yang ahli dalam teknis dan bahasa, generasi Z juga dianggap sebagai tenaga kerja yang sangat baik (Putra, 2016). Generasi Z dianggap menjadi pekerja yang efektif pada zaman digital ini dan memiliki kemampuan adaptasi yang baik terhadap perkembangan teknologi (Putra, 2016). Penelitian yang telah dilaksanakan (Dwidienawati & Gandasari, 2018) menyatakan bahwa generasi Z di negara Indonesia merupakan generasi yang realitis dibandingkan dengan generasi sebelumnya, serta membutuhkan security dan stabilitas.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Singh & Dangmei, 2016) disebutkan bahwasannya generasi Z memiliki kecenderungan yang rendah dalam mengambil keputusan untuk bekerja dalam kurun waktu yang panjang, sekaligus mempunyai kekhawatiran juga dalam mengambil keputusan untuk bekerja dalam kurun waktu yang pendek. Hal ini menunjukkan bahwa generasi Z termasuk individu yang kurang yakin dalam mengambil keputusan.

Generasi Z memiliki cenderung kurang yakin jika harus memiliki ikatan dengan pekerjaan tertentu dalam kurun waktu yang panjang. Karakteristik generasi Z yang kurang yakin dengan suatu pekerjaan yang memiliki kurun waktu lama atau komitmen yang rendah dalam suatu organisasi atau perusahaan ini dapat menjadi perhatian penting dalam dunia kerja. Nindyati (2017) mengatakan bahwa jika sumber daya manusia tidak bertahan lama di suatu organisasi atau perusahaan maka akan muncul

sebuah masalah. Fenomena yang telah hadir ini menjadi isu penting bagi organisasi atau perusahaan terkait perilaku generasi Z yang memiliki komitmen dan keterikatan yang rendah terhadap pekerjaan, sehingga dilakukan analisa dengan berbagai pendekatan psikologi positif oleh beberapa peneliti.

Berdasarkan penjabaran di atas, maka generasi Z didefinisikan sebagai seorang individu yang lahir pada rentang waktu tahun 1996 – 2010 yang lahir bersamaan dengan perkembangan teknologi sehingga memiliki kemampuan adaptasi yang baik terhadap perkembangan IT.

D. Hubungan antara *Psychological Capital* (Modal Psikologis) dan *Job Hopping Intention*

Generasi Z mulai masuk dalam dunia kerja. Dalam dunia kerja, generasi Z memiliki beberapa perbedaan karakteristik dengan generasi-generasi sebelumnya seperti lebih menyukai tantangan dan mempunyai keinginan yang tinggi untuk maju, namun generasi Z juga memiliki tingkat loyalitas yang rendah dan cenderung berganti pekerjaan atau berpindah organisasi dalam waktu yang relatif singkat (atau yang disebut dengan *job hopping*). Berdasarkan beberapa literatur yang telah dijelaskan sebelumnya, perilaku *job hopping* semakin marak dan ramai di kalangan pekerja generasi Z. Peristiwa ini membawa banyak dampak negatif pada perusahaan, yaitu: kerugian dari segi finansial yaitu mengeluarkan biaya untuk proses rekrutmen dan pelatihan karyawan, serta kerugian dari segi kualitas seperti penurunan efisiensi pekerja dan mengurangnya modal pengetahuan karyawan yang telah dilatih sebelumnya. Hal ini tentu menjadi tugas penting bagi para HR untuk mengelola karyawannya dengan memberikan treatment yang sesuai dengan kebutuhan karyawan.

Avey, Luthans, & Jensen (2009) mengusulkan bahwa modal psikologis dapat menjadi faktor kunci dalam pemahaman individu yang lebih baik dan juga dapat menghambat intensi karyawan untuk berhenti dari pekerjaan atau mencari pekerjaan baru. Terdapat beberapa literatur terkait hubungan dari optimisme, *self efficacy*, harapan, dan resiliensi dengan intensi karyawan untuk meninggalkan

pekerjaannya. Hal ini dapat menjadi dasar untuk meneliti dimensi modal psikologis dengan *job hopping intention*.

Penelitian yang dilakukan oleh Luthans, dkk., di tahun 2005 dan Chen Weizheng di tahun 2012 (dalam Liu, Huang & Jiang, 2016) menemukan bahwa optimisme sebagai dimensi dari modal psikologis memiliki hubungan negatif dengan intensi *turnover*. Youssef dan Luthans (2007) juga telah mengonfirmasi bahwa optimisme membawa banyak efek positif bagi karyawan, seperti meningkatkan loyalitas pada organisasi, meningkatkan kinerja, dan mengurangi tingkat *turnover*.

Di sisi lain, Park dan Jung (2015) menunjukkan bahwa *self-efficacy* secara tidak langsung memiliki pengaruh pada intensi *turnover*, yaitu melalui mediator komitmen karir dan komitmen organisasi. Artinya, karyawan yang memiliki keyakinan kuat akan kemampuan dirinya dalam bekerja, cenderung untuk tidak melakukan *turnover* karena mereka mempunyai komitmen yang tinggi terhadap pekerjaannya saat ini. Didukung oleh penelitian Kartika dan Prihatsanti (2017) yang menunjukkan bahwa *self-efficacy* memiliki hubungan langsung yang bersifat negatif dengan intensi *turnover*. Hubungan ini menunjukkan bahwa ketika *self-efficacy* semakin tinggi, maka intensi *turnover* akan semakin rendah.

Selain itu, dari psikologi positif ini muncul konsep resiliensi, yaitu kemampuan untuk menahan tekanan dan mampu mengatasinya dengan melakukan kegiatan-kegiatan positif. Resiliensi dapat dianggap sebagai proses adaptasi terhadap kesulitan dan stres kerja (Hidayah & Ardiansyah, 2018). Penelitian Hidayah & Ardiansyah (2018) menunjukkan bahwa resiliensi memiliki hubungan yang signifikan dengan intensi *turnover*, dimana ketika karyawan tidak memiliki resiliensi yang bagus maka akan ada banyak masalah yang tidak terselesaikan hingga mengarah pada tingginya intensi *turnover*. Di sisi lain, apabila individu memiliki resiliensi yang bagus, maka akan dapat menghadapi stres kerja, kemudian juga akan mengarah kepada kepuasan kerja, yang sekaligus mengurangi intensi untuk melakukan *turnover* (Ghandi, Hejazi, & Ghandi, 2017).

Youssef dan Luthans (2007) juga menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara komponen *hope* dan *resilience* apabila dikaitkan dengan

komitmen organisasi. Selain itu, penelitian oleh Etebarian, dkk. (2012 dalam Mikko, 2012) menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara komponen *hope* dan *self-efficacy* pada modal psikologis dengan komitmen organisasi.

E. Hipotesis

Berdasarkan tinjauan pustaka yang telah dijelaskan diatas, maka peneliti mengajukan sebuah hipotesis pada penelitian berupa “Terdapat pengaruh *psychological capital* (modal psikologis) terhadap *job hopping intention* pada pekerja generasi Z” yang artinya semakin tinggi *psychological capital* (modal psikologis) maka semakin rendah *job hopping intention*.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Identifikasi Variabel

Dalam pelaksanaan penelitian, tidak terlepas dari beberapa fenomena. Pada penelitian bidang sosial dan psikologis, fenomena tersebut umumnya mencakup konsep terkait dengan atribut atau sifat yang melekat pada diri subjek penelitian dan dapat bervariasi menjadi dua macam yaitu kuantitatif ataupun kualitatif (Azwar, 2018).

Hal ini sejalan dengan definisi variabel penelitian menurut (Soegiyono, 2011) yang menyatakan variabel penelitian sebagai identitas seseorang, objek, dan juga aktivitas yang bermacam-macam yang telah ditentukan oleh peneliti untuk dikaji dan selanjutnya ditarik kesimpulan untuk menyatakan hasil yang diperoleh. Adapun variabel yang nantinya akan digunakan di dalam penelitian ini terdapat dua macam variabel, yaitu :

1. Variabel terikat : *Job Hopping Intention*
2. Variabel bebas : Modal Psikologis

B. Definisi Operasional

1. *Job Hopping Intention*

Job hopping intention adalah keinginan atau kecenderungan seorang pekerja untuk berganti pekerjaan atau berpindah organisasi secara sukarela, meskipun baru bekerja dalam waktu yang singkat (selama kurang dari dua tahun). Variabel *job hopping intention* dievaluasi dengan memanfaatkan alat ukur *Job Hopping Motives Scale* (JHMS) yang dikembangkan oleh Lake, dkk (2017).

Pada pengukuran ini, jika alat ukur *job hopping intention* mendapatkan skor tinggi pada setiap aspek-aspeknya maka semakin tinggi niat seseorang untuk melakukan *job hopping*.

2. Modal Psikologis

Modal psikologis adalah sikap positif yang dimiliki oleh individu untuk dapat berkembang. Modal psikologis mengatribusikan hal positif yang

dimilikinya sehingga mampu menghadapi masalah dan kesulitan yang dilaluinya ketika mencapai suatu tujuan. Variabel modal psikologis dievaluasi dengan memanfaatkan alat ukur *Psychological Capital Questionnaire* (PCQ) yang dikembangkan oleh Luthans, dkk. (2007) yang terdiri dari *self-efficacy*, *optimism*, *hope*, dan *resilience*.

Pada pengukuran ini, jika alat ukur modal psikologis mendapatkan skor tinggi pada setiap aspek-aspeknya maka semakin tinggi tingkat modal psikologis individu.

C. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel (Sampling)

1. Populasi

Populasi merupakan istilah yang digunakan untuk menyebut sekelompok subjek yang akan dikenai generalisasi dan menjadi sasaran penting yang dapat menjadi sumber data penelitian. Populasi merupakan kelompok subjek yang harus memiliki ciri atau karakteristik yang membedakannya dari kelompok subjek lain (Azwar, 2012). Berikut adalah karakteristik populasi yang menjadi fokus dalam penelitian ini, yaitu:

1. Pekerja yang termasuk dalam generasi Z, yaitu pekerja yang lahir pada kisaran tahun 1996-2010
2. Bekerja pada suatu instansi, perusahaan, atau organisasi di Indonesia
3. Bekerja kurang dari dua tahun di tempat kerja tersebut

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi (Azwar, 2012). Sampel harus merepresentasikan populasi penelitian, sebab kesimpulan penelitian didasarkan pada analisis pada kelompok sampel yang nantinya akan digeneralisasi terhadap populasi (Neuman, 2013).

Jumlah populasi subjek dalam penelitian ini tidak dapat ditentukan jumlahnya secara pasti karena tidak diketahui berapa jumlah keseluruhan pekerja generasi Z. Roscoe dalam buku Sugiyono (2011) menyatakan bahwa ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500. Dalam penelitian ini, peneliti mengambil sampel sebanyak 103 pekerja

generasi Z.

3. Teknik Pengambilan Sampel

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode *non-probability sampling*, dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui secara pasti. Dalam teknik ini, penulis menggunakan metode *accidental sampling*, dimana sampel diambil dari individu manapun yang memenuhi kriteria yang telah ditentukan (Sugiyono, 2009).

Peneliti melakukan penyebaran kuesioner secara *online* dengan menetapkan beberapa kriteria melalui *google form*. Pertimbangan peneliti menggunakan metode ini adalah dikarenakan adanya kemudahan, kerahasiaan data, efisiensi biaya dan waktu.

D. Metode Pengumpulan Data

Peneliti menggunakan metode pengumpulan data sebagai teknik untuk memperoleh informasi, yang kemudian dilakukan analisa untuk ditarik kesimpulan. Terdapat dua alat ukur yang akan digunakan dalam penelitian ini:

1. Alat Ukur Job Hopping Intention

Dalam penelitian ini beradaptasi pada alat ukur *Job Hopping Motives Scale* yang didasarkan pada teori Lake, dkk., (2017) yang disusun berdasarkan 2 aspek yaitu *escape* dan *advancement*. Alat ukur tersebut memiliki 16 aitem *favorable* dan menggunakan skala *likert* dengan tingkatan Sangat Sesuai (SS), Sesuai (S), Netral (N), Tidak Sesuai (TS), Sangat Tidak Sesuai (STS).

Tabel 1. Alat Ukur Job Hopping Motives Scale

No	Aspek	Aitem <i>Favorable</i>	Jumlah Aitem
1	<i>Escape</i>	8	8
2	<i>Advancement</i>	8	8
	Total Item	16	16

2. Alat Ukur Psychological Capital (Modal Psikologis)

Dalam penelitian ini beradaptasi pada alat ukur *Psychological Capital Questionnaire* (PCQ) yang disusun dan dikembangkan oleh Luthans, dkk. (2007) yang meliputi empat aspek yaitu *self-efficacy*, *hope*, *optimism*, dan

resilience. Model instrumen yang digunakan adalah semantik diferensial. Item pada instrument ini merupakan item *favorable* dan *unfavorable* serta menggunakan skala Likert dengan tingkatan Sangat Sesuai (SS), Sesuai (S), Netral (N), Tidak Sesuai (TS), Sangat Tidak Sesuai (STS). Berikut adalah blueprint alat ukur modal psikologis yang akan digunakan :

Tabel 2. Alat Ukur *Psychological Capital Questionnaire* (PCQ)

No	Aspek	Aitem		Jumlah Aitem
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1	<i>Self-efficacy</i>	3	3	6
2	<i>Hope</i>	3	3	6
3	<i>Optimism</i>	3	3	6
4	<i>Resilience</i>	3	3	6
Total Aitem		12	12	24

E. Validitas, Uji Daya Beda Item, dan Reliabilitas

1. Validitas

Definisi validitas menurut Azwar (2007) mencakup seberapa jauh ketetapan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melaksanakan fungsinya. Tingkat validitas tes dianggap tinggi jika tes tersebut dapat menjalankan fungsi pengukurannya atau menghasilkan pengukuran yang akurat sesuai dengan maksud pengukurannya.

Uji validitas instrumen pada penelitian ini dilakukan melalui *expert judgement* yang dilakukan oleh dosen pembimbing. Hasil dari dosen penguji adalah layak untuk digunakan.

2. Uji Daya Beda Aitem

Pada pemilihan aitem alat ukur psikologi, pada skala psikologi yang pengukuran atribut afektif, pengujian terpenting disini yaitu uji daya beda aitem. Menurut Azwar (2011) uji daya beda item mencakup seberapa jauh suatu item mampu memisahkan antara individu atau kelompok individu yang mempunyai atribut yang diukur dengan mereka yang tidak mempunyai. Indeks daya beda aitem juga mencerminkan konsistensi antara fungsi aitem dan fungsi keseluruhan alat ukur, yang disebut dengan

konsistensi aitem total. Pengukuran uji daya beda aitem melibatkan perhitungan hubungan antara distribusi skor pada alat ukur tersebut, dan perhitungan ini akan menghasilkan koefisien korelasi aitem total (r_{ix}), atau yang dikenal dengan uji daya beda aitem.

Azwar (2011) menjelaskan bahwa kriteria pemilihan aitem berdasarkan hubungan aitem menggunakan batasan $r_{ix} > 0,30$. Namun jika jumlah aitem yang tidak valid tidak mencapai target yang diinginkan, peneliti dapat mempertimbangkan untuk memperkecil batasan kriteria menjadi $r_{ix} > 0,25$.

3. Reliabilitas

Reliabilitas menurut Azwar (2011), merujuk pada kekonsistenan, keandalan, keajegan dan skor kepercayaan tinggi hasil pengukuran yang mengandung akurasi pengukuran. Pada implementasinya, reliabilitas dinyatakan oleh koefisien reliabilitas (r_{xy}) yang memiliki rentang nilai antara 0 hingga 1,00. Semakin tinggi koefisien reliabilitas mendekati angka 1,00 maka semakin tinggi tingkat reliabilitas. Sebaliknya, semakin rendah koefisien mendekati 0 maka semakin rendah tingkat reliabilitas.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan suatu teknik atau metode dalam pengolahan data yang didapat dari responden untuk kemudian diambil kesimpulan. Dalam penelitian ini akan menguji pengaruh antara variabel bebas (modal psikologis) dengan variabel terikat (*job hopping intention*). Peneliti menggunakan teknik analisa data regresi sederhana menggunakan aplikasi *IBM SPSS Statistics 22.0 for Windows*.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Orientasi Kacah dan Pelaksanaan Penelitian

1. Orientasi Kacah dan Pelaksanaan Penelitian

Pengenalan dengan suatu langkah penelitian adalah salah satu tahapan terpenting, sehingga segala sesuatu yang berhubungan dengan penelitian perlu dipersiapkan. Penelitian ini berhubungan dengan pengaruh *psychological capital* (modal psikologis) terhadap *job hopping intention* pada pekerja generasi Z.

Subjek pada penelitian ini yaitu pekerja generasi Z atau individu yang lahir pada rentang tahun 1996 – 2010 sekaligus saat ini aktif bekerja di suatu organisasi atau perusahaan yang berada di Indonesia, dengan durasi bekerja di tempat kerja saat ini kurang dari dua tahun. Untuk mendapatkan gambaran tambahan mengenai profil subjek, peneliti juga menyajikan beberapa data karakteristik seperti jenis kelamin, umur, pendidikan terakhir, bidang pekerjaan, lokasi kerja, frekuensi bekerja sebelumnya, dan durasi bekerja saat ini. Total subjek dalam penelitian ini berjumlah 103 responden yang didapatkan melalui pengisian kuesioner *online*. Berikut tabel frekuensi subjek berdasarkan karakteristik demografis:

Tabel 4.1 Frekuensi Subjek berdasarkan Data Demografis

Karakteristik Demografis	Frekuensi (N=103)	Persentase
Jenis Kelamin		
Laki-laki	47	45,6%
Perempuan	56	54,4%
Usia		
13-18 tahun	1	1%
19-24 tahun	75	72,8%
25-28 tahun	27	26,2%
Pendidikan Terakhir		
SMP/Sederajat	1	1%
SMA/Sederajat	34	33%

Diploma	14	13,6%
Sarjana	52	50,4%
Magister	2	2%
Bidang Kerja		
Pendidikan	23	22,3%
Kesehatan	12	11,7%
Pemerintahan	9	8,7%
Keuangan	10	9,7%
Ekonomi dan bisnis	1	1%
Pemasaran	3	2,9%
HRD	5	4,9%
Seni dan Sastra	3	2,9%
Teknik	6	5,8%
Food and Beverage	6	5,8%
Karyawan Swasta	18	17,5%
Surveyor	1	1%
Personal Assistant	1	1%
Sosial	1	1%
Retail	4	3,9%
Lokasi Kerja (Provinsi)		
Sumatra Utara	1	1%
Sumatra Barat	1	1%
Kalimantan Timur	1	1%
Kalimantan Selatan	6	5,8%
Banten	2	2%
Daerah Khusus Ibukota Jakarta	10	9,7%
Jawa Barat	9	8,7%
Jawa Tengah	58	56,3%
Daerah Istimewa Yogyakarta	7	6,8%
Jawa Timur	2	2%
Gorontalo	1	1%
Sulawesi Tenggara	1	1%
Papua	4	3,9%
Frekuensi bekerja sebelumnya		
0-2 kali	86	83,4%
3-4 kali	15	14,5%
5-6 kali	2	2%
Durasi kerja saat ini		
1-6 bulan	42	40,7%
7-12 bulan	27	26,2%
13-18 bulan	14	13,6%
19-24 bulan	20	19,4%

2. Persiapan Penelitian

Suatu penelitian harus disusun sebaik mungkin dan terstruktur sesuai dengan prosedur persetujuan yang telah ditetapkan dalam lembaga penelitian untuk menghindari kesalahan dalam pelaksanaan penelitian. Pelaksanaan penelitian ini mencakup segala aktivitas yang dilaksanakan oleh seorang peneliti dari tahap awal penyusunan sampai tahap akhir penelitian yaitu pembuatan laporan hasil penelitian. Langkah-langkah persetujuan dalam penelitian ini, yaitu:

a. Penyusunan Alat Ukur

Alat ukur psikologis merupakan alat ukur yang tersusun dari beberapa jumlah pertanyaan atau pernyataan dan dirancang sedemikian rupa dengan teknik yang menyajikan aspek-aspek dari variabel yang akan dilakukan penelitian, kemudian dirumuskan menjadi suatu aitem atau sebuah pernyataan (Azwar, 2012).

Alat ukur psikologis yang nantinya akan digunakan pada penelitian disini terdapat dua alat ukur yaitu *Job Hopping Motives Scale* dan *Psychological Capital Questionnaire* (PCQ) yang masing-masing disusun oleh para ahli. Pada bagian alat ukur ini terdapat pernyataan yang mengharuskan responden untuk menjawab dari lima kemungkinan jawaban.

1. Alat ukur *Job Hopping Motives Scale*

Alat ukur *Job Hopping Motives Scale* didasarkan pada teori (Lake, dkk., 2017). Kriteria alat ukur *Job Hopping Motives Scale* terdiri dari dua aspek, yaitu: *escape* dan *advancement*. aitem alat ukur *Job Hopping Motives Scale* berjumlah 16 aitem, yang terdiri dari aitem *favorable*.

Tabel 3. Distribusi Penomeran Aitem Alat Ukur *Job Hopping Motives Scale*

No	Aspek	Nomor Aitem	Total
		<i>Favorable</i>	
1	<i>Escape</i>	1,2,3,4,5,6,7,8	8
2	<i>Advancement</i>	9,10,11,12,13,14,15,16	8
	Total Aitem	16	16

2. Alat ukur *Psychological Capital Questionnaire* (PCQ)

Penelitian alat ukur *Psychological Capital Questionnaire* (PCQ) didasarkan pada teori (Luthans, Youssef, dkk., 2007). Alat ukur *Psychological Capital Questionnaire* (PCQ) terdiri dari beberapa aspek, yaitu: *self-efficacy*, *hope*, *optimism*, dan *resilience*. Untuk aitem *Psychological Capital Questionnaire* (PCQ) sebanyak 24 aitem, yang terdiri dari aitem *favorable* berjumlah 12 dan aitem *unfavorable* berjumlah 12.

Tabel 4. Distribusi Penomoran Aitem Alat Ukur *Psychological Capital Questionnaire* (PCQ)

No	Aspek	Nomor Aitem		Total
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1	<i>Self-efficacy</i>	11, 21, 22	3, 10, 23	6
2	<i>Hope</i>	1, 18, 19	5, 9, 14	6
3	<i>Optimism</i>	4, 13, 24	2, 12, 20	6
4	<i>Resilience</i>	6, 7, 15	8, 16, 17	6
Total Aitem		12	12	24

3. Pelaksanaan Penelitian

Pelaksanaan penelitian dilakukan pada tanggal 6 Desember 2023 hingga 11 Januari 2024 dengan cara menyebarkan skala *google form* dengan link <https://bit.ly/skripsiAn> pada seluruh responden yang termasuk dalam kriteria. Peneliti menyebarkan kuesioner secara *online*. Penelitian ini menggunakan *try out* terpakai, hal ini dikarenakan adanya keterbatasan pada ketersediaan subjek yang menjadi responden dalam penelitian untuk diambil datanya. Menurut Setiadi, Matindas dan Chairy (Dewi & Velentina, 2013) *try out* terpakai merupakan istilah yang digunakan untuk proses penelitian yang menggunakan sampel yang sama dengan sampel yang digunakan untuk menguji alat ukur.

Setelah subjek selesai melakukan pengisian alat ukur, maka selanjutnya akan diberi skor dan dilakukan pengujian reliabilitas. Pada *try out* terpakai ini, skala yang telah diisi oleh subjek akan dilakukan uji daya beda aitem terlebih dahulu untuk mengetahui mana aitem yang memenuhi persyaratan yang telah ditentukan. Aitem yang memenuhi persyaratan dan

tidak gugur kemudian akan dilakukan analisis untuk pengujian hipotesis. Hasil perhitungan uji daya beda aitem dan reliabilitas sebagai berikut :

a. Alat ukur *Job Hopping Motives Scale*

Alat ukur *Job Hopping Motives Scale* terdiri dari 2 dimensi dengan jumlah aitem sebanyak 16 aitem, terdapat 1 aitem pada alat ukur *Job Hopping Motives Scale* yang memiliki daya beda yang rendah yaitu sebesar 0,257, sedangkan 15 aitem lainnya mempunyai daya beda yang tinggi yaitu lebih besar dari nilai 0,30. Estimasi reliabilitas dengan 16 aitem memperoleh nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,886, lalu dilakukan pengujian kembali dengan mengeliminasi 1 aitem yang memiliki daya rendah sehingga estimasi reliabilitas dengan 15 aitem memperoleh nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,890. Rincian sebaran aitem yang memiliki daya beda tinggi dan daya beda rendah dapat dilihat dalam tabel di bawah ini.

Tabel 5. Daya Beda Aitem Alat Ukur *Job Hopping Motives Scale*

No	Aspek	Nomor Aitem	Daya Beda Tinggi	Daya Beda Rendah
		<i>Favorable</i>		
1	<i>Escape</i>	1,2,3,4,5*,6,7,8	7	1
2	<i>Advancement</i>	9,10,11,12,13,14,15,16	8	0
Total			15	1

*) Daya Beda Aitem Rendah

b. Alat Ukur *Psychological Capital Questionnaire (PCQ)*

Alat ukur *Psychological Capital Questionnaire (PCQ)* terdiri dari 4 dimensi dengan jumlah aitem sebanyak 24 item, terdapat 1 aitem pada alat ukur *Psychological Capital Questionnaire (PCQ)* yang memiliki daya beda yang rendah yaitu sebesar 0,248, sedangkan 23 aitem lainnya memiliki daya beda yang tinggi yaitu lebih besar dari 0,30. Estimasi reliabilitas dengan 24 aitem memperoleh nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,908, lalu dilakukan pengujian kembali dengan mengeliminasi 1 aitem yang memiliki daya rendah sehingga estimasi reliabilitas dengan 23 aitem memperoleh nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,910. Rincian sebaran aitem yang memiliki daya beda

tinggi dan daya beda rendah dapat dilihat dalam tabel di bawah ini.

Tabel 6. Daya Beda Aitem Alat Ukur *Psychological Capital Questionnaire* (PCQ)

No	Aspek	Nomor Aitem		Daya Beda	Daya Beda
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	Tinggi	Rendah
1	<i>Self-efficacy</i>	11, 21, 22	3, 10, 23	6	0
2	<i>Hope</i>	1*, 18, 19	5, 9, 14	5	1
3	<i>Optimism</i>	4, 13, 24	2, 12, 20	6	0
4	<i>Resilience</i>	6, 7, 15	8, 16, 17	6	0
Total				23	1

*) Daya Beda Aitem Rendah

B. Analisis Data dan Hasil Penelitian

1. Uji Asumsi

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji yang dilakukan sebagai prasyarat analisis data. Uji normalitas dilakukan sebelum mengolah data sampel penelitian yang diusulkan. Tujuan dari uji normalitas yaitu untuk mengetahui sebaran aitem dari beberapa variabel yang akan digunakan dalam penelitian. Uji *Kolmogorov-Smirnov* yang digunakan pada uji normalitas penelitian ini. Metode ini mengacu pada teori yang dikembangkan oleh *Kolmogorov-Smirnov* untuk membandingkan distribusi aitem (diuji normalitasnya) dengan distribusi normal standar.

Distribusi normal adalah data yang telah diubah menjadi *z-score* dan dianggap sebagai distribusi normal. Keunggulan dari metode ini adalah metode yang sederhana dan tidak menimbulkan perbedaan persepsi oleh peneliti.

Data dianggap memiliki distribusi normal jika nilai *Asym Sig* (2-tailed) yang dihitung menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov* $p > 0,05$. Sebaliknya, data dianggap tidak memiliki distribusi normal jika nilai *Asym Sig* (2-tailed) yang dihitung menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov* $p < 0,05$. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 7. Uji Normalitas

Variabel	Mean	SD	KS-Z	Sig	p	Keterangan
JHMS	48.4951	9.38592	0.081	0.094	>0,05	Normal
PCQ	87.0583	12.48279	0.081	0.094	>0,05	Normal

Berdasarkan hasil pada tabel tersebut dapat diketahui bahwa data variabel *job hopping intention* dan modal psikologis mencapai KS-Z = 0.081 dengan taraf signifikansi 0.094, maka dapat disimpulkan bahwa $0.094 > 0,05$, menunjukkan jika variabel *job hopping intention* dan modal psikologis memiliki distribusi data yang normal.

b. Uji Linieritas

Uji linieritas adalah uji yang digunakan untuk menentukan hubungan linier atau nonlinier dari variabel yang diteliti. Dalam penelitian ini, uji linieritas menggunakan uji F linear menggunakan *IBM SPSS Versi 22.0 for Windows*. Dengan dasar nilai signifikansi yaitu $< 0,05$ yang menyatakan bahwa adanya hubungan linier yang signifikan antara variabel modal psikologis dengan variabel *job hopping intention* dan sebaliknya. Berdasarkan hasil uji linieritas dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 8. Uji Linieritas

Variabel	F linier	Sig	Keterangan
Modal Psikologis dengan <i>Job Hopping Intention</i>	4,690	0,034	Linier

Menurut hasil tabel di atas, diketahui adanya hubungan linier yang signifikan antara modal psikologis dan *job hopping intention* dengan nilai F linier sebesar 4,690 dan signifikan yang lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,034.

2. Uji Hipotesis

Uji hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi sederhana, yaitu analisis regresi hanya dapat menguji satu variabel bebas yaitu modal psikologis dan satu variabel terikat yaitu *job hopping intention*. Berikut hasil uji regresi linier sederhana:

Tabel 9. Hasil Uji Regresi Sederhana Modal Psikologis

<i>Model</i>	<i>Unstandardized coefficients</i>	<i>Standardized coefficients</i>		<i>t</i>	<i>Sig.</i>
	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>		
1 (<i>Constant</i>)	62.046	6.437		9.639	0.000
Modal psikologis	0.156	0.073	-0.207	-2.127	0.036

Ada atau tidaknya pengaruh dapat dilihat dari nilai signifikansi. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka dapat dikatakan bahwa variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikat. Namun sebaliknya jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat. Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai signifikansi variabel modal psikologis adalah sebesar 0,036. Hal ini menandakan bahwa variabel modal psikologis memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel *job hopping intention*. Dengan begitu hipotesis pada penelitian ini diterima. Selanjutnya, untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, peneliti melihat R yang terdapat pada hasil uji regresi. Berikut *model summary* dari uji regresi sederhana yang telah dilakukan:

Tabel 10 . Model Summary Uji Regresi Sederhana Modal Psikologis

<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	0.207	0.043	0.033	9.22795

Pada tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai R sebesar 0,207. Hal ini menunjukkan besarnya pengaruh modal psikologis terhadap *job hopping intention* adalah sebesar 20,7% dan 79,3% pengaruh berasal dari faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Dapat dilihat dari nilai konstanta diatas sebesar 62.046 yang merupakan nilai dari variabel dependen yaitu *job hopping intention*. Sedangkan nilai koefisien regresi adalah -0.156 yang bernilai negatif. Hal ini menandakan bahwa jika nilai modal psikologis meningkat, maka *job hopping intention* menurun. Persamaan tersebut memiliki arti apabila variabel modal

psikologis mengalami peningkatan satu satuan, maka akan terjadi penurunan *job hopping intention* sebesar 0.156.

C. Deskripsi Variabel Penelitian

Deskripsi data variabel pada penelitian kali ini bertujuan untuk memberikan gambaran tentang keadaan nilai-nilai yang didapat dari pengukuran yang telah dilakukan, dan memberikan informasi terkait dengan variabel yang diteliti serta fungsi sebagai keadaan subjek. Pada mata pelajaran dengan kategori normatif digunakan model distribusi normal yang mengasumsikan bahwa skor mata pelajaran berdistribusi secara normal. Tujuannya sebagai pengelompokan subjek ke dalam kategori yang berbeda, disusun sesuai dengan kontinum karakteristik yang terukur (Azwar, 2015). Terdapat beberapa norma kategorisasi yang digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 11. Norma Kategorisasi

Rentang Skor	Kategorisasi
$\mu + 1,5 \delta < X$	Sangat Tinggi
$\mu + 0,5 \delta < X \leq \mu + 1,5 \delta$	Tinggi
$\mu - 0,5 \delta < X \leq \mu + 0,5 \delta$	Sedang
$\mu - 1,5 \delta < X \leq \mu - 0,5 \delta$	Rendah
$X \leq \mu - 1,5 \delta$	Sangat Rendah

μ = Mean Hipotetik, δ = Standar Deviasi Hipotetik

1. Deskripsi Variabel Job Hopping Intention

Pada alat ukur *Job Hopping Motives Scale* terdapat 15 aitem yang masing-masing aitem memiliki daya beda dengan rentang skor berkisar antara 1 – 5. Skor minimal dari alat ukur *Job Hopping Motives Scale* adalah 15 (1x15) dan skor maksimal yaitu 75 (5x15). Mean hipotetik dari alat ukur *Job Hopping Motives Scale* adalah 45 ($75+15/2$) dan standar deviasi hipotetik adalah 10 ($(75-15)/6$). Rincian tersebut dapat dinyatakan dalam tabel di bawah ini.

Tabel 12. Deskripsi Alat Ukur Job Hopping Motives Scale

	Empirik	Hipotetik
Skor Minimal	27	15
Skor Maksimal	75	75
Mean	48,49	45
Standar Deviasi	9,38	10

Menurut hasil tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai mean empirik dari alat ukur *Job Hopping Motives Scale* lebih besar dari nilai mean hipotetiknya, dari nilai mean empirik berdasarkan norma kategorisasi distribusi normal maka nilai mean kelompok penelitian berada pada kategori sedang. Secara keseluruhan deskripsi dari norma kategorisasi pada variabel *Job Hopping Motives* dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 13. Norma Kategorisasi Alat Ukur *Job Hopping Motives Scale*

Norma	Kategorisasi	Jumlah	Persentase
$63 > X < 75$	sangat tinggi	2	1,9 %
$51 < X \leq 63$	tinggi	24	23,3 %
$39 < X \leq 51$	cukup	51	49,5 %
$27 < X \leq 39$	rendah	24	23,3 %
$15 < X \leq 27$	sangat rendah	2	1,9 %
Total		103	100 %

Berdasarkan hasil pada tabel di atas, menunjukkan bahwa terdapat 2 responden dengan persentase 1,9% yang memiliki *job hopping intention* sangat tinggi, sebanyak 24 responden dengan persentase 23,3% yang memiliki *Job Hopping Intention* tinggi, sebanyak 51 responden dengan persentase 49,5% memiliki *Job Hopping Intention* cukup/sedang, sebanyak 24 responden dengan persentase 23,3% memiliki *job hopping intention* rendah dan sebanyak 2 responden dengan persentase 1,9% memiliki *job hopping intention* sangat rendah.



Gambar 1. Norma Kategorisasi Skor *Job Hopping Motives Scale*

2. Deskripsi Variabel Modal Psikologis

Pada alat ukur *Psychological Capital Questionnaire* (PCQ) terdapat 24 aitem yang masing-masing aitem memiliki daya beda dengan rentang skor berkisar antara 1 – 5. Skor minimal dari alat ukur *Psychological Capital Questionnaire* (PCQ) adalah 24 (1x24) dan skor maksimal yaitu 120 (5x24). Mean hipotetik dari alat ukur *Psychological Capital Questionnaire* (PCQ) adalah 72 (120+24/2) dan standar deviasi hipotetik adalah 16 (120-24/6). Rincian tersebut dapat dinyatakan dalam tabel di bawah ini.

Tabel 14. Deskripsi Alat Ukur *Psychological Capital Questionnaire* (PCQ)

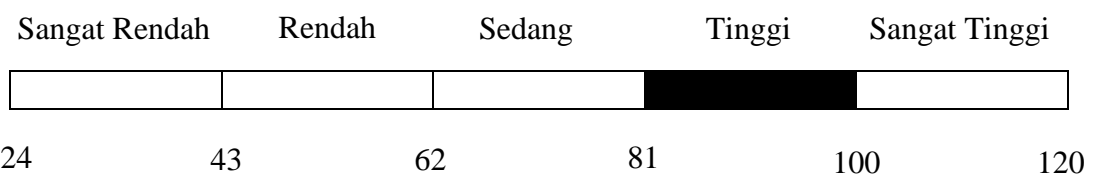
	Empirik	Hipotetik
Skor Minimal	62	24
Skor Maksimal	120	120
Mean	87,06	72
Standar Deviasi	12,48	16

Berdasarkan hasil pada tabel di atas diketahui bahwa nilai mean empirik dari alat ukur *Psychological Capital Questionnaire* (PCQ) lebih besar dari nilai mean hipotetiknya, dari nilai mean empirik berdasarkan norma kategorisasi distribusi normal maka nilai mean kelompok penelitian berada pada kategori tinggi. Secara keseluruhan deskripsi dari norma kategorisasi pada variabel modal psikologis dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 15. Norma Kategorisasi Alat Ukur *Psychological Capital Questionnaire* (PCQ)

Norma	Kategorisasi	Jumlah	Persentase
$100 > X < 120$	sangat tinggi	16	15,5 %
$81 < X \leq 100$	tinggi	51	49,5 %
$62 < X \leq 81$	cukup	36	35 %
$43 < X \leq 62$	rendah	0	0 %
$24 < X \leq 43$	sangat rendah	0	0 %
Total		103	100 %

Berdasarkan hasil pada tabel di atas, menunjukkan bahwa terdapat 16 responden dengan persentase 15,5 % yang memiliki modal psikologis sangat tinggi, sebanyak 51 responden dengan persentase 49,5% yang memiliki modal psikologis tinggi, sebanyak 36 responden dengan persentase 35% memiliki modal psikologis cukup/sedang, dan tidak terdapat responden yang memberikan jawaban yang menunjukkan memiliki modal psikologis rendah dan sangat rendah.

**Gambar 2. Norma Kategorisasi Skor *Psychological Capital Questionnaire* (PCQ)**

D. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh *psychological capital* (modal psikologis) terhadap *job hopping intention* pada pekerja generasi Z. Berdasarkan hasil analisis regresi sederhana yang telah dilaksanakan dapat disimpulkan bahwa hipotesis penelitian terdapat pengaruh *psychological capital* (modal psikologis) terhadap *job hopping intention* pada pekerja generasi Z memperoleh taraf signifikansi 0,036 ($p < 0,05$). Maka dapat disimpulkan bahwa variabel modal psikologis memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel *job hopping intention*. Dapat dilihat juga bahwa nilai R sebesar 0,207. Hal ini menunjukkan besarnya pengaruh modal psikologis terhadap *job hopping intention* adalah sebesar 20,7% dan 79,3% pengaruh berasal dari faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Job hopping intention adalah keinginan atau kecenderungan seorang pekerja untuk berganti pekerjaan atau berpindah organisasi secara sukarela, meskipun baru bekerja dalam waktu yang singkat (selama kurang dari dua tahun). Artinya, ketika seorang pekerja generasi Z memiliki modal psikologis yang tinggi, maka intensi untuk melakukan *job hopping* cenderung rendah. Dengan menerapkan prinsip-prinsip modal psikologis di dalam suatu organisasi atau perusahaan, maka pekerja generasi Z akan memiliki kecenderungan yang rendah untuk melakukan *job hopping intention*.

Hasil penelitian ini konsisten dengan beberapa penelitian sebelumnya oleh Avey, dkk (2011); Sihag dan Sarikwal (2014); Dhiman dan Arora (2018), yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan negatif yang signifikan antara modal psikologis dengan intensi *turnover*. Selain itu juga mendukung penelitian Avey, Luthans, dan Jensen (2009) yang mengatakan bahwa modal psikologis dapat menurunkan intensi seseorang untuk keluar dari perusahaan. Intensi keluar dari perusahaan ini juga mencakup kecenderungan perilaku karyawan untuk melakukan *job hopping*. Salah satu yang mendasari hal ini yaitu penelitian oleh Suryaratri dan Abadi (2018) yang menyatakan bahwa modal psikologis memiliki hubungan negatif dengan *job hopping intention*.

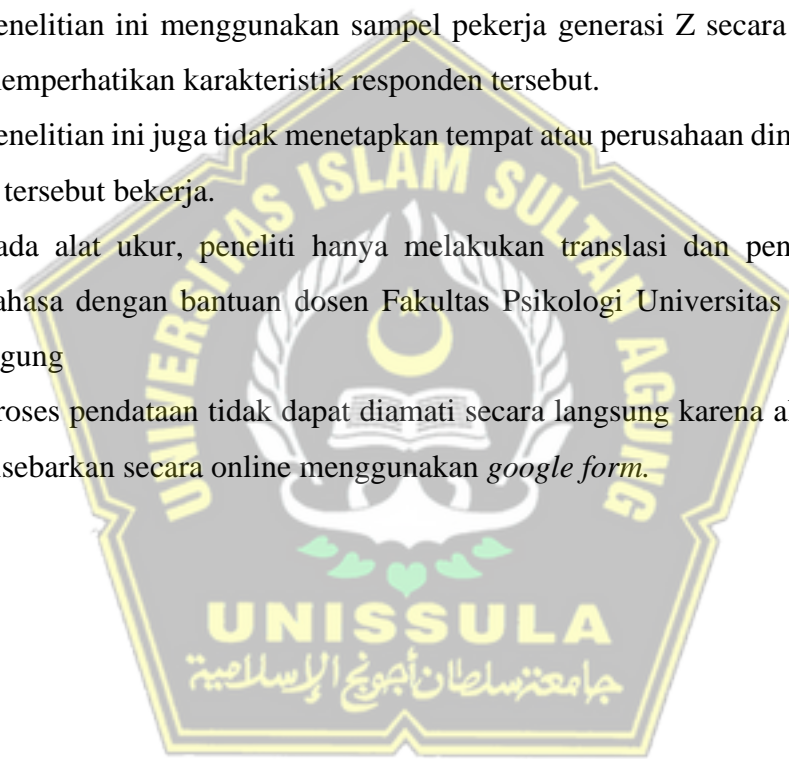
Hasil deskripsi data pada penelitian ini menunjukkan bahwa subjek

sebanyak 49,5% memiliki modal psikologis dalam kategori tinggi. Kemudian pada *job hopping intention*, subjek paling banyak memiliki derajat *job hopping intention* yang sedang, yaitu 49,5%. Persentase subjek tersebut sesuai dengan hasil penelitian yang mengatakan bahwa semakin tinggi modal psikologis, maka semakin rendah intensinya untuk melakukan *job hopping*.

E. Kelemahan Penelitian

Terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian ini, meliputi:

1. Penelitian ini menggunakan sampel pekerja generasi Z secara umum tanpa memperhatikan karakteristik responden tersebut.
2. Penelitian ini juga tidak menetapkan tempat atau perusahaan dimana generasi Z tersebut bekerja.
3. Pada alat ukur, peneliti hanya melakukan translasi dan pengecekan tata bahasa dengan bantuan dosen Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung
4. Proses pendataan tidak dapat diamati secara langsung karena alat ukur yang disebarakan secara online menggunakan *google form*.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan Penelitian

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang telah dilakukan maka kesimpulan penelitian ini adalah terdapat pengaruh *psychological capital* (modal psikologis) terhadap *job hopping intention* dengan arah yang negatif. Artinya, semakin tinggi *psychological capital* (modal psikologis) maka semakin rendah *job hopping intention*.

B. Saran

1. Bagi Organisasi atau Perusahaan

- a. Bagi organisasi atau perusahaan dapat mempertahankan strategi pengembangan Sumber Daya Manusia yang bertujuan untuk meningkatkan komponen modal psikologis (efikasi diri, harapan, optimisme, resiliensi) seperti memberi kesempatan tiap pekerja untuk memegang peranan penting agar dapat percaya dan yakin dengan kemampuannya, melatih pekerja untuk dapat menciptakan alternatif dalam merencanakan tindakan dan menghadapi tantangan, memberikan *feedback* yang positif untuk meningkatkan optimisme pekerja sehingga akan meminimalisir perilaku *job hopping*.
- b. Para *Human Resources* di perusahaan dapat menggunakan program *talent mapping* untuk mempertahankan pekerja berbakat, serta mengkomunikasikan peluang perkembangan karier pada pekerja yang berpotensi. Hal ini mungkin akan membantu pekerja agar lebih baik dalam merencanakan karier, dan secara tidak langsung juga akan menekan angka *job hopping*.

2. Bagi Pekerja Generasi Z

Pekerja agar dapat mempertahankan modal psikologis karena dengan begitu dapat menjalankan tugas dengan baik, memiliki keyakinan akan komitmen, memandang masalah/beban kerja sebagai tugas yang harus dikuasai, menghadapi masalah kerja dengan baik dan tetap melakukan

pekerjaan dengan produktif dan tidak berfokus terhadap hasil negatif atau takut tidak sesuai dengan target kerja yang diharapkan.

3. Bagi Penelitian Selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menggunakan sampel generasi Z dengan karakteristik dan kriteria tertentu dan juga hendaknya menggunakan objek atau tempat penelitian yang telah ditetapkan sehingga hasil yang diperoleh lebih spesifik.



DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Academic Press*, 50(11), 179–211. <https://doi.org/10.1080/10410236.2018.1493416>
- Alper, J. (1994). Job-hopping to greater career heights. *Science*, 265(5180), 1924–1925. <https://doi.org/10.1126/science.265.5180.1924>
- Ari, D., Nugroho, S., Mujiasih, E., & Prihatsanti, U. (2013). Hubungan antara psychological capital dengan work engagement pada karyawan PT. Bank Mega regional area Semarang. *Jurnal Psikologi*, 12(2), 192–202. <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/psikologi/article/view/8838>
- Avey, J. B., Luthans, F., & Youssef, C. M. (2010). The additive value of positive psychological capital in predicting work attitudes and behaviors. *Journal of Management*, 36(2), 430–452. <https://doi.org/10.1177/0149206308329961>
- Azwar, S. (2018). *Metode penelitian psikologi* (Edisi II). Pustaka Pelajar.
- Bandura, A. (1994). Self-efficacy. *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences: Second Edition.*, 4(1994), 71–78. <https://doi.org/10.1002/9781118970843.ch243>
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Academic Press*, 50(11), 179–211. <https://doi.org/10.1080/10410236.2018.1493416>
- Barney, J. B. (1986). Organizational Culture: Can It Be a Source of Sustained Competitive Advantage? *The Academy of Management Review*, 11(3), 656. <https://doi.org/10.2307/258317>
- Lake, C. J., Highhouse, S., & Shrift, A. G. (2017). Validation of the Job-Hopping Motives Scale. *Journal of Career Assessment*, 26(3), 531–548. <https://doi.org/10.1177/1069072717722765>
- Liu, Y. (2016). *An Empirical Investigation and Reflection on the Job Hopping Intention of Young Teachers in Colleges and Universities in Western China*. 8–12. www.ijlass.org
- Moore, R., Bishop, R. C., Provencher, B., & Champ, P. A. (2010). Accounting for respondent uncertainty to improve willingness-to-pay estimates. *Canadian Journal of Agricultural Economics*, 58(3), 381–401. <https://doi.org/10.1111/j.1744-7976.2010.01190.x>
- Çavuş, M., & Gökçen, A. (2015). Psychological Capital: Definition, Components and Effects. *British Journal of Education, Society & Behavioural Science*, 5(3), 244–255. <https://doi.org/10.9734/bjesbs/2015/12574>
- DeTienne, K. B., Agle, B. R., Phillips, J. C., & Ingerson, M. C. (2012). The Impact of Moral Stress Compared to Other Stressors on Employee Fatigue, Job Satisfaction, and Turnover: An Empirical Investigation. *Journal of Business Ethics*, 110(3), 377–391. <https://doi.org/10.1007/s10551-011-1197-y>
- Dwidienawati, D., & Gandasari, D. (2018). Understanding Indonesia's generation Z. *International Journal of Engineering and Technology(UAE)*, 7(3), 250–

252. <https://doi.org/10.14419/ijet.v7i3.25.17556>
- Eisenberger, R., Huntington, R., Hutchison, S., & Sowa, D. (1986). Perceive Organisational Support. *Journal of Applied Psychology*, 71(3), 500–507.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (2005). Theory-based behavior change interventions: Comments on Hobbis and Sutton. *Journal of Health Psychology*, 10(1), 27–31. <https://doi.org/10.1177/1359105305048552>
- Graeme Codrington & Sue Grant- Marshall, P. (2004). *Mind the Gap: Own your past, know your generation, choose your future*. Penguin Books.
- Griffeth, R. W., Hom, P. W., & Gaertner, S. (2000). A meta-analysis of antecedents and correlates of employee turnover: Update, moderator tests, and research implications for the next millennium. *Journal of Management*, 26(3), 463–488. <https://doi.org/10.1177/014920630002600305>
- Gu, B. (2016). Effects of psychological capital on employee turnover intentions. *Journal of Global Tourism Research*, 1(1), 21–28. https://doi.org/10.37020/jgtr.1.1_21
- Karavardar, G. (2014). Perceived Organizational Support, Psychological Empowerment, Organizational Citizenship Behavior, Job Performance and Job Embeddedness: A Research on the Fast Food Industry in Istanbul, Turkey. *International Journal of Business and Management*, 9(4), 131–139. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v9n4p131>
- Khafsin, I. A. (2016). (*Studi Fenomenologi pada Karyawan yang berpindah-pindah perusahaan*) Disusun Oleh : Irvan Abu Khafsin SEMARANG. http://eprints.undip.ac.id/50028/1/03_KHAFSIN.pdf
- Krishnan, V. R. (2012). Transformational leadership and personal outcomes: Empowerment as mediator. *Leadership and Organization Development Journal*, 33(6), 550–563. <https://doi.org/10.1108/01437731211253019>
- Lake, C. J., Highhouse, S., & Shrift, A. G. (2017). Validation of the Job-Hopping Motives Scale. *Journal of Career Assessment*, 26(3), 531–548. <https://doi.org/10.1177/1069072717722765>
- Lawrence, N. W. (2013). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*. Pearson Education.
- Liu, Y. (2016). *An Empirical Investigation and Reflection on the Job Hopping Intention of Young Teachers in Colleges and Universities in Western China*. 8–12. www.ijlass.org
- Luthans, F., Avolio, B. J., Avey, J. B., & Norman, S. M. (2007). Positive psychological capital: Measurement and relationship with performance and satisfaction. *Personnel Psychology*, 60(3), 541–572. <https://doi.org/10.1111/j.1744-6570.2007.00083.x>
- Luthans, F., Luthans, K. W., & Luthans, B. C. (2004). Positive psychological capital: Beyond human and social capital. *Business Horizons*, 47(1), 45–50.

<https://doi.org/10.1016/j.bushor.2003.11.007>

- Luthans, F., Youssef, C. M., & Avey, J. B. (2007). *PSYCHOLOGICAL CAPITAL Developing the Human Competitive Edge*. Oxford University Press.
- McGinnis, Alan Loy, Anton Adiwiyoto, Sheth, J. N. (1995). *Kekuatan optimisme/ Alan Loy McGinnis ; alih bahasa, Anton Adiwiyoto*. Mitra Utama.
- Moore, R., Bishop, R. C., Provencher, B., & Champ, P. A. (2010). Accounting for respondent uncertainty to improve willingness-to-pay estimates. *Canadian Journal of Agricultural Economics*, 58(3), 381–401. <https://doi.org/10.1111/j.1744-7976.2010.01190.x>
- Morrow, P. C. (2011). Managing organizational commitment: Insights from longitudinal research. *Journal of Vocational Behavior*, 79(1), 18–35. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2010.12.008>
- Naresh, B., & Rathnam, B. V. (2015). Job Hopping In Software Industry With Reference To Select Software Companies: A Study. *International Journal of Recent Research Aspects*, 2(1), 38–45.
- Niki, P. (2017). Master thesis human resource studies job-hopping: does it benefit or detriment career"? a study of careers of HRS alumni. *Human Resource Management Journal*, 7(4), 71–82.
- Nindyati, A. D. (2017). PEMAKNAAN LOYALITAS KARYAWAN PADA GENERASI X DAN GENERASI Y (Studi Pada Karyawan Di Indonesia). *Journal of Psychological Science and Profession*, 1(3). <https://doi.org/10.24198/jpsp.v1i3.15230>
- Pallant, J. (2011). *For the SPSS Survival Manual*. Routledge.
- Pallant, J. (2020). *SPSS Survival Manual A step by step guide to data analysis using IBM SPSS*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003117452>
- Pranaya, D. (2014). Job-Hopping-an Analytical Review. *IMPACT: International Journal of Research in Business Management*, 2(4), 67–72. www.impactjournals.us
- Putra, Y. S. (2016). *THEORITICAL REVIEW : TEORI PERBEDAAN GENERASI*. 9(1952), 134. <https://doi.org/10.52353/ama.v9i2.142>
- Saleem, S., & Qamar, B. (2017). An investigation of the antecedents of turnover intentions and job hopping behavior: An empirical study of universities in Pakistan. *South Asian Journal of Business Studies*, 6(2), 161–176. <https://doi.org/10.1108/SAJBS-05-2016-0046>
- Saraswati, N. K., & Prihatsanti, U. (2017). Hubungan Antara Self-Efficacy Dengan Intensi Turnover Pada Karyawan Pt. Indonesia Taroko Textile Purwakarta. *Jurnal EMPATI*, 6(1), 307–311. <https://doi.org/10.14710/empati.2017.15203>
- Semedhi, B. P., Lestari, S., & Hasanah, N. (2015). Resiliensi Pengungsi Korban Sampang. *Mediapsi*, 01(01), 51–58. <https://doi.org/10.21776/ub.mps.2015.001.01.6>

- Singh, A. P., & Dangmei, J. (2016). Understanding the Generation Z: the Future Workforce. *South -Asian Journal of Multidisciplinary Studies*, April.
- Snyder, C. . (1994). *The psychology of hope : you can get there from here*. New York : Free Press.
- Soegiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.
- Statistical, I. C. (2019). STATISTIK INDONESIA 2019. In S. P. dan K. Statistik (Ed.), *Statistik Indonesia 2019 (Indonesian statistics)*. Badan Pusat Statistik.
- Suryaratri, R. D., & Abadi, M. A. (2018). Modal Psikologis Dan Intensi Job Hopping Pada Pekerja Generasi Millennial. *Ikraith-Humaniora*, 2(2), 77–83. www.tekno.liputan6.com
- Sutrisno Hadi. (2004). *STATISTIK JILID 2 (Edisi II)*.
- Sypniewska, B. A. (2014). Evaluation of factors influencing job satisfaction. *Contemporary Economics*, 8(1), 57–72. <https://doi.org/10.5709/ce.1897-9254.131>
- Yuen, S. H. (2016). Examining the generation effects on job-hopping intention by applying the Theory of Planned Behavior (TPB). *Jurnal of Planned Behavior*, 10(2), 1–115.

