



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 3 Tahun 2024 Page 15304-15319

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Pengaruh *Self Efficacy, Emotional Intelligent* Terhadap *Turnover Intention*
yang Dimediasi *Work Engagement* Pada Gen Z di Perusahaan *Startup*
Jakarta Selatan dan Jakarta Pusat

Nadhira Salsa Febyana¹, Netania Emilisa^{2✉}, Salwa Salsabila Ramadini³, Raihan Prayogi⁴

Universitas Trisakti

Email: netania@trisakti.ac.id^{2✉}

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk lebih memahami bagaimana praktik *Self Efficacy, Emotional Intelligence*, berkaitan dengan *Turnover Intention* di mediasi oleh *Work Engagement*, analisis perlu dilakukan untuk menjelaskan mekanisme psikologis yang mendasarinya yang nantinya akan membantu menjelaskan hubungan antara *Self Efficacy, Emotional Intelligence*, terhadap *Turnover Intention* dimediasi oleh *Work Engagement*. Rancangan penelitian ini dilakukan dengan cara pengujian hipotesis (*hypothesis testing*) yang digunakan untuk menguji pengaruh *Self Efficacy, Emotional Intelligence* terhadap *Turnover Intention* di mediasi oleh *Work Engagement* pada genz di perusahaan *Startup*. Berdasarkan hasil penelitian, statistik deskriptif *Self Efficacy* menunjukkan bahwa para pekerja Generasi Z merasa setuju dengan adanya *Self Efficacy* pada perusahaan *Startup* di Jakarta Selatan dan Jakarta Pusat. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan antara *Self Efficacy* terhadap *Work Engagement*. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan antara *Emotional Intelligence* terhadap *Work Engagement*. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh negatif yang signifikan antara *Self Efficacy* terhadap *Turnover Intention*. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh negatif yang signifikan antara *Emotional Intelligence* terhadap *Turnover Intention*. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh negatif yang signifikan antara *Work Engagement* terhadap *Turnover Intention*. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh negatif yang signifikan antara *Self Efficacy* terhadap *Turnover Intention* dimediasi *Work Engagement*. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh negatif yang signifikan antara *Emotional Intelligence* terhadap *Turnover Intention* dimediasi *Work Engagement*.

Kata Kunci: *Self Efficacy, Emotional Intelligent, Turnover Intention, Work Engagement, Startup*

Abstract

This research aims to better understand how the practice of Self Efficacy, Emotional Intelligence, is related to Turnover Intention mediated by Work Engagement, analysis needs to be carried out to explain the underlying psychological mechanisms which will later help explain the relationship between Self Efficacy, Emotional Intelligence, and mediated Turnover Intention by Work Engagement. This research design was carried out by means of hypothesis testing which was used to test the influence of Self Efficacy, Emotional Intelligence on Turnover Intention mediated by Work Engagement in Genz in Startup Companies. Based on the research results, Self Efficacy descriptive statistics show that Generation Z workers agree with the existence of Self Efficacy in Startup companies in South Jakarta and Central Jakarta. The results of hypothesis testing show that there is a significant positive influence between Self Efficacy and Work Engagement. The results of hypothesis testing show that there is a significant positive influence between Emotional Intelligence and Work Engagement. The results of hypothesis testing show that there is no significant negative influence between Self Efficacy and Turnover Intention. The results of hypothesis testing show that there is no significant negative influence between Emotional Intelligence and Turnover Intention. The results of hypothesis testing show that there is a significant negative influence between Work Engagement and Turnover Intention. The results of hypothesis testing show that there is a significant negative influence between Self Efficacy on Turnover Intention mediated by Work Engagement. The results of hypothesis testing show that there is a significant negative influence between Emotional Intelligence on Turnover Intention mediated by Work Engagement.

Keywords: *Self Efficacy, Emotional Intelligence, Turnover Intention, Work Engagement, Startup*

PENDAHULUAN

Sumber Daya Manusia (SDM) merupakan aset terpenting dalam suatu organisasi. Perusahaan harus memiliki kemampuan untuk mengawasi dan memberikan prioritas yang efektif terhadap sumber daya manusia. Namun, pada kenyataannya, banyak organisasi menghadapi kesulitan dalam membentuk loyalitas karyawan terhadap organisasi tersebut.

Salah satu pendekatan umum untuk meningkatkan loyalitas karyawan ialah dengan mengurangi tingkat kepergian karyawan dari perusahaan dan memperhatikan faktor-faktor yang berkontribusi terhadap keinginan mereka untuk beralih pekerjaan, yang dikenal sebagai *Turnover Intention*. *Turnover Intention* dijelaskan sebagai keinginan atau niat para pekerja untuk meninggalkan pekerjaan maupun perusahaan mereka (Chami-Malaeb, 2022). Adapun menurut penelitian yang dilakukan oleh (Hayes et al., 2015) usia memiliki korelasi positif dengan *Turnover Intention*, yang menyebabkan adanya perbedaan *Turnover Intention* di antara kelompok usia yang berbeda.

Generasi Z merupakan individu yang lahir setelah tahun 1995 (Deutscher et al., 2015). Menurut (Chillakuri & Mahanandia, 2018) Generasi Z memiliki perilaku nomaden yang tinggi

hal ini mengindikasikan kurangnya identifikasi organisasi dan menunjukkan bahwa loyalitas jangka panjang terhadap organisasi bukanlah prioritas bagi individu tersebut.

Startup merupakan istilah yang digunakan untuk menggambarkan bisnis yang menciptakan produk atau menyediakan layanan untuk menyelesaikan sebuah masalah atau memenuhi permintaan pasar, di mana keberhasilan solusi yang diciptakan tidak dijamin (Hoang & Yi, 2015). Dikutip melalui (Kumaran, 2023) Generasi Z atau Gen z memiliki pandangan yang *positive* terhadap perusahaan *Startup* dikatakan disana bahwa alasan Gen Z menyukai *Startup* yaitu karena mereka merasa memiliki fleksibilitas dan kontrol atas pekerjaan mereka.

Berdasarkan data yang dikumpulkan oleh (Jobplanet, 2017), diketahui bahwa jika dibandingkan dengan Gen X dan Gen Y, karyawan dari Gen Z menunjukkan tingkat kesetiaan kerja yang paling rendah. Sekitar 57,3% dari partisipan Gen Z mengganti pekerjaan setelah satu tahun bekerja di perusahaan tertentu, sedangkan 33,7% memilih untuk berpindah kerja setelah dua tahun. Selain itu berdasarkan hasil survei DataIndonesia.id tahun 2022 sebanyak 91% karyawan *Startup* ingin keluar dari perusahaan. Data di atas menunjukkan adanya tingkat intensi pergantian pekerjaan yang signifikan di kalangan karyawan Gen-Z dan perusahaan *Startup*.

Usia tampaknya menjadi faktor penting, karena beralihnya angkatan kerja secara bertahap dari Generasi Y ke Generasi Z (Gen Z - individu yang lahir setelah tahun 1995). Namun, Generasi Z tampaknya siap meninggalkan pekerjaan jika tidak sesuai harapan oleh karena itu *Turnover Rate* pada Gen z cukup tinggi. *Turnover Intention* Generasi Z ternyata dipengaruhi oleh beberapa faktor, yang semuanya berpotensi mempengaruhi inisiatif sumber daya manusia di masa depan dan pola-pola baru dalam pengembangan organisasi (Cronley & Kim, 2017).

Work Engagement mempunyai hubungan terhadap munculnya intensi turnover pada karyawan. Ketika karyawan memiliki rasa tujuan dalam pekerjaan mereka, menunjukkan ketahanan dalam menghadapi stres kerja, dan sepenuhnya terlibat dalam pekerjaan mereka untuk jangka waktu yang lama, hal ini akan mengakibatkan penurunan keinginan untuk tidak terikat atau berhenti dari pekerjaan mereka.

Menurut (Bandura et al., 2006) teori kognitif sosial atau teori pembelajaran sosial yang berkaitan dengan kepercayaan seseorang terhadap kemampuannya untuk menyelesaikan suatu aktivitas tertentu merupakan arti dari *Self Efficacy*. Individu dengan *Self Efficacy* yang tinggi cenderung memiliki kemampuan penyesuaian yang lebih baik, yang pada akhirnya mengurangi niat karyawan untuk melakukan *Turnover* (Gopalan et al., 2019).

Emotional Intelligence merupakan kemampuan untuk mengenali dan mengelola emosi diri sendiri dan orang lain (Gottman et al., 1998). *Emotional Intelligence* dapat meningkatkan *Work Engagement*. *Emotional Intelligence* tidak hanya mengurangi frustrasi dan stres di tempat kerja, tetapi juga membantu mengurangi niat karyawan untuk berhenti.

Penelitian ini bertujuan untuk lebih memahami bagaimana praktik *Self Efficacy*, *Emotional Intelligence*, berkaitan dengan *Turnover Intention* di mediasi oleh *Work Engagement*, analisis perlu dilakukan untuk menjelaskan mekanisme psikologis yang mendasarinya yang nantinya akan membantu menjelaskan hubungan antara *Self Efficacy*, *Emotional Intelligence*, terhadap *Turnover Intention* dimediasi oleh *Work Engagement*.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengacu pada penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh (Hameli et al., 2023&Khan et al., 2023). Rancangan penelitian ini dilakukan dengan cara pengujian hipotesis (*hypothesis testing*) yang digunakan untuk menguji pengaruh *Self Efficacy*, *Emotional Intelligence* terhadap *Turnover Intention* di mediasi oleh *Work Engagement* pada genz di perusahaan *Startup*. Jenis hubungan antar variabel yang digunakan yaitu penelitian korelasional (correlational) karena menjelaskan variabel – variabel yang berhubungan dengan masalah.

Data yang dipakai bersifat *cross sectional* karena hanya akan dilakukan sekali pada suatu periode tertentu yang unit analisisnya merupakan individual yaitu para karyawan Perusahaan Perusahaan *Startup* di Jakarta. Setting penelitian yang digunakan noncontrived settings karena penelitian dilakukan ditempat pekerjaan umumnya berada.

Di dalam penelitian ini terdapat 4 variabel, yaitu *Self Efficacy*, *Emotional Intelligence* yang merupakan variabel bebas (independent variable), *Work Engagement* yang merupakan variabel moderating dan *Turnover Intention* yang merupakan variabel terikat (dependent variable).

Dalam melakukan penelitian ini diperlukan data yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti, untuk selanjutnya data tersebut dapat diolah dan kemudian dapat diambil kesimpulan. Adapun sumber data diperoleh dari kuesioner dan studi pustaka.

Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini adalah purposive sampling. Sampel ini diambil dari para karyawan perusahaan Startup yang lahir pada tahun 1997-2012 atau yang lebih dikenal dengan Generasi Z di Jakarta. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampel minimum yaitu 180 sampel.

Uji Instrumen

Uji instrumen merupakan pengujian terhadap instrumen penelitian yang digunakan pada kuesioner untuk mengetahui apakah data yang diperoleh valid dan reliable atau tidak dan apakah mencapai tujuan penelitian, setiap data tersebut diuji menggunakan uji validitas dan reliabilitas.

Uji validitas merupakan sebuah kegiatan guna memastikan serta menetapkan bahwa item pernyataan yang digunakan memadai dan mampu mewakili konsep (Sekaran&Bogie, 2016). Dalam penelitian ini alat statistik Factor Loading yang menentukan sampel valid atau tidak adalah 0,40 karena menggunakan sampel sebesar 203 responden. Berdasarkan hasil uji validitas atas variabel yang diteliti yaitu *Self Efficacy* dimana semua indikator memiliki Factor Loading $> 0,40$ sehingga setiap item pernyataan dinyatakan valid atau dapat diukur. Berdasarkan hasil uji validitas atas variabel yang diteliti yaitu *Emotional Intelligence* dimana semua indikator memiliki Factor Loading $> 0,40$ sehingga setiap item pernyataan dinyatakan valid atau dapat diukur. Berdasarkan hasil uji validitas atas variabel yang diteliti yaitu *Work Engagement* dimana semua indikator memiliki Factor Loading $> 0,40$ sehingga setiap item pernyataan dinyatakan valid atau dapat diukur. Berdasarkan hasil uji validitas atas variabel yang diteliti yaitu *Work Engagement* dimana semua indikator memiliki Factor Loading $> 0,40$ sehingga setiap item pernyataan dinyatakan valid atau dapat diukur.

Uji reliabilitas dilakukan untuk menguji konsistensi jawaban dari responden yang mengukur suatu variabel (Hair et al, 2018). Alat analisis yang digunakan untuk melakukan pengujian reliabilitas adalah *Coefficient Cronbach's Alpha*. Berdasarkan hasil uji reliabilitas terlihat nilai *Coefficient Cronbach's Alpha* sebagai hasil uji reliabilitas dari instrumen yang ada pada variabel *Self Efficacy*, *Emotional Intelligence*, *Work Engagement*, dan *Turnover Intention*. Hasilnya menunjukkan bahwa setiap instrumen memiliki nilai *Coefficient Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,6 yang berarti seluruh indikator dalam variabel penelitian adalah reliable.

Metode analisis data yang akan digunakan disesuaikan dengan tujuan penelitian, pada tujuan penelitian pertama menggunakan statistik deskriptif bentuk rata – rata dengan software SPSS, pada tujuan penelitian kedua hingga kedelapan menggunakan Structural Equation Model (SEM) dengan software AMOS

Sebelum menganalisis hipotesis, kesesuaian model secara keseluruhan (overall fit models) harus dinilai terlebih dahulu untuk menjamin bahwa model tersebut dapat menggambarkan semua pengaruh sebab akibat. Menurut (Hair et al, 2018) pengujian

kesesuaian model goodness of fit dilakukan dengan melihat beberapa kriteria pengukuran, yaitu *absolute fit measures*, *incremental fit measure*, dan *parsimonious fit measure*.

Berdasarkan hasil, dapat disimpulkan bahwa dengan berbagai pendekatan yang digunakan dalam pengujian goodness of fit index dapat disimpulkan bahwa model yang dihasilkan masuk dalam kriteria goodness of fit karena masih ada beberapa hasil uji GOF Index yang masuk ke dalam kriteria yakni pada kriteria sebagai berikut: RMSEA dengan nilai sebesar 0,077 lebih kecil dari 0,08 (kriteria RMSEA), AGFI dengan nilai sebesar 0,709 lebih kecil dari 0,734 (kriteria GFI).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Data

Profil Gender Responden

Terdapat total 205 responden yang menjadi bagian dari sampel penelitian ini. Dari jumlah tersebut, 153 responden atau 76,6% adalah perempuan, sedangkan sisanya adalah laki-laki.

Profil Tempat Kerja Responden

Terdapat total 205 responden yang menjadi bagian dari sampel penelitian ini. Dari jumlah tersebut, 109 responden atau 53,2% bekerja di Jakarta Selatan, sedangkan sisanya adalah Jakarta Pusat.

Profil Umur Responden

Terdapat total 205 responden yang menjadi bagian dari sampel penelitian ini. Dari jumlah tersebut, 74 responden atau 36,10% berada dalam rentang usia 24 hingga 25 tahun

Profil

Sampel penelitian terdiri dari total 205 responden. Berdasarkan penelitian diketahui bahwa sebagian besar responden, yaitu sekitar 71,71%, memiliki pengalaman kerja antara 0 hingga 1,5 tahun. Terdapat 147 responden dalam kelompok ini. Salah satu alasan mengapa kelompok dengan pengalaman kerja 0-1,5 tahun memiliki jumlah yang lebih besar dalam sampel penelitian ini adalah karena karyawan Generasi Z dengan pengalaman kerja yang lebih pendek seringkali memiliki keyakinan atau kepercayaan diri terhadap kemampuannya berkontribusi dan berkembang dalam pekerjaan baru mereka. Oleh karena itu, mereka mungkin lebih bersedia untuk berpartisipasi dalam penelitian ini yang berkaitan dengan *Self Efficacy* di perusahaan Startup.

Statistik Deskriptif

Analisis Self Efficacy

Berdasarkan hasil penelitian Statistik Deskriptif *Self Efficacy*, dapat diketahui total rata – rata sebesar 4.23 yang berarti karyawan generasi Z merasa adanya *Self Efficacy* di Perusahaan Startup. Hal ini menunjukkan bahwa dengan nilai rata – rata tertinggi sebesar 4.33 yang artinya para karyawan generasi z merasa adanya keyakinan atau kepercayaan diri akan kemampuannya untuk menyelesaikan tugas-tugas dan mencapai tujuan yang cenderung lebih termotivasi, tekun, dan berusaha lebih keras dalam menyelesaikan pekerjaan. Diketahui nilai rata rata terendah sebesar 4.10.

Analisis *Emotional Intelligence*

Berdasarkan hasil penelitian Statistik Deskriptif *Emotional Intelligence* dapat diketahui total rata – rata sebesar 4.08 yang berarti karyawan generasi Z di perusahaan Start up merasa adanya *Emotional Intelligence*. Hal ini menunjukkan bahwa dengan nilai rata – rata tertinggi sebesar 4.34 yang artinya para karyawan generasi z merasa adanya intelegualitas emosional akan kemampuan mereka untuk mengenali, memahami, mengelola, dan memanfaatkan emosi diri sendiri dan orang lain secara efektif. Diketahui nilai rata rata terendah sebesar 4.04.

Analisis *Work Engagement*

Berdasarkan hasil penelitian Statistik Deskriptif *Work Engagement* dapat diketahui total rata – rata sebesar 3.85 yang berarti karyawan generasi Z di perusahaan Startup cukup merasa adanya *Work Engagement* pada pekerjaan mereka. Hal ini menunjukkan bahwa dengan nilai rata – rata tertinggi sebesar 3.85 yang artinya para karyawan generasi z cukup merasa adanya keterikatan kerja di perusahaan. Diketahui nilai rata rata terendah sebesar 3.50.

Analisis *Turnover Intention*

Berdasarkan hasil penelitian Statistik Deskriptif *Turnover Intention* dapat diketahui total rata – rata sebesar 2.60 yang berarti karyawan generasi Z di perusahaan Startup kurang merasa adanya *Turnover Intention* pada pekerjaan mereka. Hal ini menunjukkan bahwa dengan nilai rata – rata tertinggi sebesar 3.09 yang artinya para karyawan generasi z cukup merasa bahwa mereka perlu mencari pekerjaan yang lebih baik. Namun, tingkat responden akan meninggalkan atau bekerja dengan perusahaan dalam jangka waktu cukup pendek cukup rendah. Diketahui nilai rata rata terendah sebesar 3.50.

Hasil Uji Hipotesis

Analisis pengaruh *Self Efficacy* terhadap *Work Engagement*

Hipotesis 1:

Hipotesis ini menguji pengaruh antara *Self Efficacy* terhadap *Work Engagement* dimana bunyi hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a) adalah sebagai berikut:

H_{01} : *Self Efficacy* tidak memiliki pengaruh positif terhadap *Work Engagement*.

H_{a1} : *Self Efficacy* memiliki pengaruh positif terhadap *Work Engagement*.

Berdasarkan hasil uji hipotesis, diketahui besarnya estimasi (β) adalah sebesar 0,239 artinya semakin tinggi nilai persepsi *Self Efficacy* maka dapat menaikkan persepsi dari nilai *Work Engagement* yaitu sebesar 0,239 satuan. Dengan nilai p-value $0,0375 < \alpha 0,05$ maka, keputusan dari pengujian statistik tersebut adalah H_{01} gagal diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa *Self Efficacy* memiliki pengaruh positif terhadap *Work Engagement*. Hal ini menunjukkan bahwa apabila seorang karyawan generasi z merasakan *Self Efficacy* yang tinggi maka karyawan tersebut akan merasakan *Work Engagement* yang tinggi pada perusahaan tempat mereka bekerja.

Analisis pengaruh *Emotional Intelligence* terhadap *Work Engagement*

Hipotesis 2:

Hipotesis ini menguji pengaruh antara *Emotional Intelligence* terhadap *Work Engagement* dimana bunyi hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a) adalah sebagai berikut:

H_{02} : *Emotional Intelligence* tidak memiliki pengaruh positif terhadap *Work Engagement*.

H_{a2} : *Emotional Intelligence* memiliki pengaruh positif terhadap *Work Engagement*.

Berdasarkan hasil uji hipotesis, diketahui besarnya estimasi (β) adalah sebesar 0,773 artinya semakin tinggi nilai persepsi *Emotional Intelligence* maka dapat menaikkan persepsi dari nilai *Work Engagement* yaitu sebesar 0,773 satuan. Dengan nilai p-value $0,000 < \alpha 0,05$ maka, keputusan dari pengujian statistik tersebut adalah H_{02} gagal diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa *Emotional Intelligence* memiliki pengaruh positif terhadap *Work Engagement*. Hal ini menunjukkan bahwa apabila seorang karyawan generasi z merasakan *Emotional Intelligence* yang tinggi maka karyawan generasi z tersebut akan merasakan *Work Engagement* yang tinggi pada diri mereka.

Analisis pengaruh *Self Efficacy* terhadap *Turnover Intention*

Hipotesis 3:

Hipotesis ini menguji pengaruh antara *Self Efficacy* terhadap *Turnover Intention* dimana bunyi hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a) adalah sebagai berikut:

H_{03} : *Self Efficacy* tidak memiliki pengaruh positif terhadap *Turnover Intention*.

H_{a3} : *Self Efficacy* memiliki pengaruh positif terhadap *Turnover Intention*.

Berdasarkan hasil uji hipotesis pada tabel diatas, diketahui besarnya estimasi (β) adalah sebesar -0,142 artinya semakin turun nilai persepsi *Self Efficacy* maka dapat menurunkan persepsi dari nilai *Turnover Intention* yaitu sebesar -0,142 satuan. Dengan nilai p-value 0,2225 > alpha 0,05 maka, keputusan dari pengujian statistik tersebut adalah H_{a3} gagal diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa *Self Efficacy* tidak memiliki pengaruh terhadap *Turnover Intention*. Hal ini menunjukkan bahwa apabila seorang karyawan generasi z merasakan kepercayaan diri yang tinggi maka tidak akan mempengaruhi tingkat *Turnover Intention* mereka menjadi lebih tinggi maupun rendah

Analisis pengaruh *Emotional Intelligence* terhadap *Turnover Intention*

Hipotesis 4:

Hipotesis ini menguji pengaruh antara *Emotional Intelligence* terhadap *Turnover Intention* dimana bunyi hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a) adalah sebagai berikut:

H_{04} : *Emotional Intelligence* tidak memiliki pengaruh positif terhadap *Turnover Intention*.

H_{a4} : *Emotional Intelligence* memiliki pengaruh positif terhadap *Turnover Intention*.

Berdasarkan hasil uji hipotesis, diketahui besarnya estimasi (β) adalah sebesar ,529 artinya semakin tinggi nilai persepsi *Emotional Intelligence* maka dapat menaikkan persepsi dari nilai *Turnover Intention* yaitu sebesar ,529 satuan. Dengan nilai p-value 0,08 > alpha 0,05 maka, keputusan dari pengujian statistik tersebut adalah H_{a3} gagal diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa *Emotional Intelligence* tidak memiliki pengaruh terhadap *Turnover Intention*. Hal ini menunjukkan bahwa apabila seorang karyawan generasi z merasakan *Emotional Intelligence* yang tinggi maka tidak akan mempengaruhi tingkat *Turnover Intention* karyawan menjadi lebih tinggi maupun rendah.

Analisis pengaruh *Work Engagement* terhadap *Turnover Intention*

Hipotesis 5:

Hipotesis ini menguji pengaruh antara *Work Engagement* terhadap *Turnover Intention* dimana bunyi hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a) adalah sebagai berikut:

H05: *Work Engagement* tidak memiliki pengaruh positif terhadap *Turnover Intention*.

Ha5: *Work Engagement* memiliki pengaruh positif terhadap *Turnover Intention*.

Berdasarkan hasil uji hipotesis, diketahui besarnya estimasi (β) adalah sebesar -0,680 artinya semakin rendah nilai persepsi *Work Engagement* maka dapat menurunkan persepsi dari nilai *Turnover Intention* yaitu sebesar -0,680 satuan. Dengan nilai p-value $0,000 < \alpha$ 0,05 maka, keputusan dari pengujian statistik tersebut adalah H05 gagal diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa *Work Engagement* memiliki pengaruh negatif terhadap *Turnover Intention*. Hal ini menunjukkan bahwa seorang karyawan generasi z yang merasakan *Work Engagement* yang tinggi maka akan mempengaruhi *Turnover Intention* mereka menjadi lebih rendah.

Analisis pengaruh *Self Efficacy* terhadap *Turnover Intention* yang di mediasi oleh *Work Engagement*

Hipotesis 6:

Hipotesis ini menguji pengaruh antara *Self Efficacy* terhadap *Turnover Intention* yang di mediasi oleh *Work Engagement* dimana bunyi hipotesis nol (H0) dan hipotesis alternatif (Ha) adalah sebagai berikut:

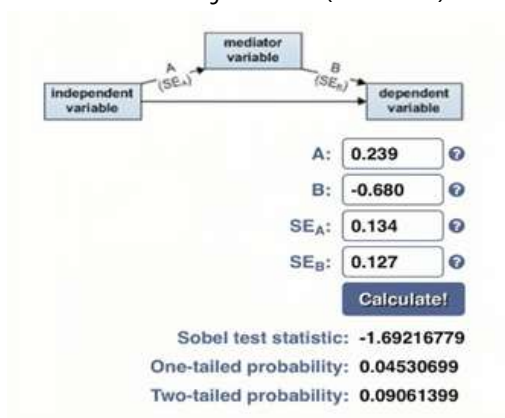
H06: *Self Efficacy* tidak memiliki pengaruh positif terhadap *Turnover Intention* yang di mediasi *Work Engagement*.

Ha6: *Self Efficacy* memiliki pengaruh positif terhadap *Turnover Intention* yang di mediasi *Work Engagement*.

Penggunaan uji Sobel bertujuan untuk mengidentifikasi apakah variable mediasi, yaitu *Work Engagement*, memiliki pengaruh signifikan dalam menghubungkan variabel independen. Suatu variabel dapat dianggap sebagai variabel mediasi ketika variabel tersebut memiliki dampak terhadap variabel independen terkait variabel dependen. Untuk menguji hipotesis mediasi, uji Sobel dianggap sebagai metode yang dapat diandalkan dan dikembangkan.

Hasil perhitungan menggunakan *Software Analytics Calculators Sobel Test* mencerminkan implementasi dari proses uji Sobel sesuai dengan langkah-langkah yang telah dijelaskan di atas.

Tabel 1. Uji Sobel (Mediasi)



Dari hasil pengujian hipotesis tersebut, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh negatif antara *Self Efficacy* terhadap *Turnover Intention* dan pengaruh tersebut di mediasi oleh *Work Engagement*. Hal ini dinyatakan dengan nilai estimate sebesar -0,162 dan p-value sebesar $0,045 < \alpha 0,05$. Dengan demikian artinya semakin tinggi tingkat *Self Efficacy* yang didukung oleh *Work Engagement* dapat menghasilkan tingkat *Turnover Intention* yang rendah pada karyawan generasi z di perusahaan startup di Jakarta.

Analisis pengaruh *Emotional Intelligence* terhadap *Turnover Intention* yang di mediasi oleh *Work Engagement*

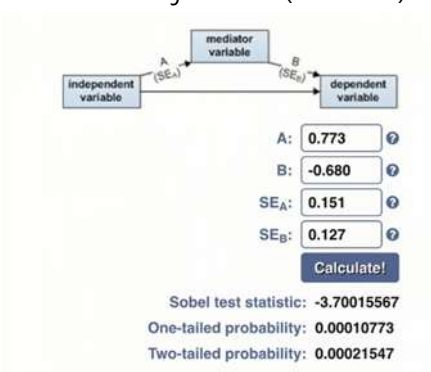
Hipotesis 7:

Hipotesis ini menguji pengaruh antara *Emotional Intelligence* terhadap *Turnover Intention* yang di mediasi oleh *Work Engagement* dimana bunyi hipotesis nol (H₀) dan hipotesis alternatif (H_a) adalah sebagai berikut:

H₀₇: *Emotional Intelligence* tidak memiliki pengaruh positif terhadap *Turnover Intention* yang di mediasi *Work Engagement*.

H_{a7}: *Emotional Intelligence* memiliki pengaruh positif terhadap *Turnover Intention* yang di mediasi *Work Engagement*.

Tabel 2. Uji Sobel (Mediasi)



Dari hasil pengujian hipotesis tersebut, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh negatif antara *Emotional Intelligence* terhadap *Turnover Intention* dan pengaruh tersebut di mediasi oleh *Work Engagement*. Hal ini dinyatakan dengan nilai estimate sebesar -0,526 dan p-value sebesar $0,0001 < \alpha 0,05$. Dengan demikian artinya semakin tinggi *Emotional Intelligence* yang didukung oleh *Work Engagement* akan menghasilkan tingkat *Turnover Intention* yang rendah pada karyawan generasi z di perusahaan startup di Jakarta.

Pembahasan Hasil Penelitian

H1: *Self Efficacy* memiliki pengaruh positif terhadap *Work Engagement*.

Pengujian hipotesis pertama disimpulkan terdapat pengaruh positif antara *Self Efficacy* terhadap *Work Engagement*. Menurut penelitian sebelumnya yang di lakukan oleh (Kim & Hyun, 2017) *Self Efficacy* dapat meningkatkan keterikatan kerja seseorang terhadap pekerjaannya meskipun dalam konteks kerja yang rumit dan melelahkan.

H2: *Emotional Intelligence* memiliki pengaruh positif terhadap *Work Engagement*.

Pengujian hipotesis kedua menyatakan bahwa *Emotional Intelligence* memiliki pengaruh positif terhadap *Work Engagement*. *Emotional Intelligence* merupakan ukuran yang efektif yang dapat dengan mudah mengidentifikasi bagaimana seseorang menghadapi situasi yang penuh tekanan dan mengatasi berbagai hambatan dengan mengadopsi pendekatan positif (M. A. Khan et al., 2023). Kejelasan emosional berhubungan positif dengan dedikasi, sementara semua dimensi keterikatan berhubungan positif dengan pemulihan suasana hati. Oleh karena itu, penelitian ini mendukung bahwa *Emotional Intelligence* berhubungan positive dengan *Work Engagement*.

H3: *Self Efficacy* tidak memiliki pengaruh terhadap *Turnover Intention*.

Pengujian hipotesis ketiga disimpulkan tidak terdapat pengaruh antara *Self Efficacy* terhadap *Turnover Intention*. Hal ini juga menunjukkan bahwa hipotesis ketiga tidak dapat didukung oleh data yang digunakan dalam penelitian ini.

H4: *Emotional Intelligence* tidak memiliki pengaruh terhadap *Turnover Intention*.

Pengujian hipotesis keempat disimpulkan tidak terdapat pengaruh antara *Emotional Intelligence* terhadap *Turnover Intention*. (Imron et al., 2022) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa *Emotional Intelligence* tidak memiliki pengaruh terhadap *Turnover intention*, keinginan karyawan untuk berhenti kerja tidak langsung dipengaruhi oleh kecerdasan emosional mereka. Sebaliknya, keinginan tersebut dipengaruhi oleh faktor-

faktor perantara. (Choerudin, 2016) juga menyebutkan dalam penelitiannya bahwa *Emotional Intelligence* tidak memiliki pengaruh terhadap *Turnover Intention*.

H5: *Work Engagement* memiliki pengaruh negatif terhadap *Turnover Intention*.

Pengujian hipotesis kelima dalam penelitiannya (Bakker & Albrecht, 2018) menyebutkan bahwa *Work Engagement* mengacu pada keadaan afektif-motivasi positif yang ditandai dengan energi tinggi, tingkat dedikasi yang tinggi, dan fokus yang kuat pada pekerjaan. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan keterikatan kerja terkait dengan penurunan niat pekerja untuk berhenti dari pekerjaan mereka.

H6: *Self Efficacy* memiliki pengaruh negatif terhadap *Turnover Intention* yang di mediasi oleh *Work Engagement*.

Pengujian hipotesis keempat disimpulkan *Self Efficacy* memiliki pengaruh negatif terhadap *Turnover Intention* yang di mediasi oleh *Work Engagement*. Penelitian ini di dukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan (Kim & Hyun, 2017) dalam penelitian disebutkan bahwa Meskipun karyawan yang memiliki efikasi diri (kepercayaan diri) yang tinggi cenderung akan lebih bersemangat dan terikat dalam pekerjaannya, hal itu tidak berarti secara langsung akan menurunkan keinginan mereka untuk berhenti atau pindah kerja. (Djasa et al., 2020) dalam penelitiannya juga menyatakan bahwa *Self Efficacy* memiliki pengaruh negatif terhadap *Turnover Intention* yang di mediasi oleh *Work Engagement*.

H7: *Emotional Intelligence* memiliki pengaruh negatif terhadap *Turnover Intention* yang di mediasi oleh *Work Engagement*.

Pengujian hipotesis keempat disimpulkan *Emotional Intelligence* memiliki pengaruh negatif terhadap *Turnover Intention* yang di mediasi oleh *Work Engagement*. Penelitian ini di dukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan (Chauvet, 2016) terjadi hubungan negative antara *Emotional Intelligence* terhadap *Turnover Intention* yang di mediasi oleh *Work Engagement*. *Emotional Intelligence* memainkan peran yang signifikan dalam faktor-faktor *Work Engagement* yang dialami oleh karyawan, yaitu keterlibatan kognitif, emosional, dan fisik. Dikarenakan pekerja yang terikat dengan baik dalam pekerjaannya di organisasi akan merasakan perasaan pencapaian dan keadaan pikiran positif, yang membuat mereka terikat dengan organisasi dan mengurangi atau menghilangkan niat untuk meninggalkannya. (Firdaus et al., 2023) Juga menyatakan bahwa terdapat hubungan yang negatif di antara *Work Engagement* dan *Turnover Intention*.

SIMPULAN

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya terkait pengaruh antara *Self Efficacy*, *Emotional Intelligence* terhadap *Turnover Intention* dimediasi *Work Engagement* pada karyawan Generasi Z di perusahaan *Startup* Jakarta Selatan dan Jakarta Pusat, maka diperoleh simpulan bahwa :

1. Dari hasil statistik deskriptif *Self Efficacy* menunjukkan bahwa para pekerja Generasi Z merasa setuju dengan adanya *Self Efficacy* pada perusahaan *Startup* di Jakarta Selatan dan Jakarta Pusat. Hasil statistik deskriptif *Emotional Intelligence* juga menunjukkan bahwa para pekerja merasa setuju dengan adanya *Emotional Intelligence* pada karyawan Generasi Z Perusahaan *Startup* di Jakarta Selatan dan Jakarta Pusat. Dari hasil statistik *Work Engagement* juga menunjukkan bahwa para pekerja cukup merasa setuju dengan *Work Engagement* pada karyawan Generasi Z Perusahaan *Startup* di Jakarta Selatan dan Jakarta Pusat. Dari hasil statistik *Turnover Intention* juga menunjukkan bahwa para pekerja merasa tingkat *Turnover Intention* pada karyawan Generasi Z Perusahaan *Startup* di Jakarta Selatan dan Jakarta Pusat rendah.
2. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan antara *Self Efficacy* terhadap *Work Engagement*.
3. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan antara *Emotional Intelligence* terhadap *Work Engagement*.
4. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh negatif yang signifikan antara *Self Efficacy* terhadap *Turnover Intention*.
5. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh negatif yang signifikan antara *Emotional Intelligence* terhadap *Turnover Intention*.
6. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh negatif yang signifikan antara *Work Engagement* terhadap *Turnover Intention*.
7. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh negatif yang signifikan antara *Self Efficacy* terhadap *Turnover Intention* dimediasi *Work Engagement*.
8. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh negatif yang signifikan antara *Emotional Intelligence* terhadap *Turnover Intention* dimediasi *Work Engagement*.

DAFTAR PUSTAKA

- Bakker, A. B., & Albrecht, S. (2018). Work engagement: current trends. *Career Development International*, 23(1), 4. <https://doi.org/10.1108/CDI-11-2017-0207>
- Bandura, A., Bandura A, & Bandura, A. (2006). Bandura 1977.pdf. In *Self-efficacy beliefs of adolescents* (Vol. 84, Issue 2, pp. 307–337).
- Chami-Malaeb, R. (2022). Relationship of perceived supervisor support, self-efficacy and turnover intention, the mediating role of burnout. *Personnel Review*, 51(3), 1003–1019.
- Chauvet, I. (2016). *Work engagement and turnover intentions of employees in selected South African. February*, 98–100.
- Chillakuri, B., & Mahanandia, R. (2018). Generation Z entering the workforce: the need for sustainable strategies in maximizing their talent. *Human Resource Management International Digest*, 26(4), 34–38.
- Choerudin, A. (2016). Wpływ inteligencji emocjonalnej na motywację zwiększonej wydajności pracy i chęć zmiany pracy: Studium empiryczne. *Polish Journal of Management Studies*, 14(1), 51–62.
- Cronley, C., & Kim, Y. (2017). Article information : Intentions to Turnover : A Moderated Mediated Model. *Leadership & Organization Development Journal*, 38(2).
- Deutscher, E., Lenk, H., Kassoti, E., Vicini, G., Staiano, F., Duran, C. V., & Jaeger, T. (2015). Volume 8 Issue 2 Winter 2015. *European Journal of Legal Studies*, 8(2).
- Djasa, K., Suyasa, P. T. Y. S., & Hutapea, B. (2020). Peran Keterikatan Kerja Sebagai Mediator Efikasi Diri Dalam Memprediksi Intensi Kerja. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, Dan Seni*, 4(1), 165.
- Firdaus, R. F., Emillisa, N., & Puspa, T. (2023). Pengaruh Perceived Organizational Support Dan Perceived Organizational Diversity Terhadap Turnover Intention Karyawan Yang Di Mediasi Oleh Employee Engagement Pada Karyawan It Di Pt. Bank Xyz. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(1), 97–114.
- Hair et al. (2018). *Multivariate Data Analysis*. <https://doi.org/10.1002/9781119409137.ch4>
- Hayes, B., Douglas, C., & Bonner, A. (2015). Work environment, job satisfaction, stress and burnout among haemodialysis nurses. *Journal of Nursing Management*, 23(5), 588–598.
- Hoang, H., & Yi, A. (2015). Network-based research in entrepreneurship: A decade in review. *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, 11(1), 1–54.
- Imron, A., Tunas, B., & Hamidah. (2022). the Effect of Emotional Intelligence Leadership

- Style Organizationalculture and Job Satisfaction on Turnover Intention in Banking. *Academy of Accounting and Financial Studies Journal*, 26(1), 1–14.
- Jobplanet. (2017). *Tingkat Kesetiaan Karyawan dari Berbagai Generasi di Dunia Kerja*. Jobplanet.Com.
- Khalique, S., & Singh, P. M. K. (2019). Role of self efficacy in improving employees performance. *International Journal of Engineering Research & Technology (IJERT)*, 7(12), 1–5.
- Kumparan. (2023). *Demografi Generasi Z di Indonesia beserta Karakteristiknya*. Kumparan.Com.
- Sekaran&Bogie. (2016). *An easy way to help students learn, collaborate, and grow*.
- Stajkovic, A. D., & Luthans, F. (1998). Self-efficacy and work-related performance: A meta-analysis.: Carlos Albizu Virtual Library. *Psychological Bulletin*, 124(2), 240–261.