

Pengaruh penggunaan media sosial terhadap keterlibatan karyawan, komitmen afektif, kepuasan kerja, dan turnover intention karyawan generasi milenial di Indonesia = The effect of the use of social media on employee involvement, affective commitment, job satisfaction, and turnover intention of millennial generation employees in Indonesia

Lovina Anggun Chaerunnisa, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20491362&lokasi=lokal>

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh penggunaan media sosial pada keterlibatan karyawan, pengaruh keterlibatan karyawan pada komitmen afektif, dan efek mediasi dari kepuasan kerja dalam komitmen afektif pada turnover intention pada generasi milenial di Indonesia. Penelitian ini menggunakan desain konklusif dan pendekatan kuantitatif dengan kuesioner sebagai alat penelitian. Metode analisis untuk penelitian ini adalah Structural Equation Modeling (SEM) dengan aplikasi LISREL 5.21.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada 206 responden, penelitian ini membuktikan bahwa penggunaan media sosial memiliki efek pada keterlibatan karyawan, baik pada keterlibatan kerja dan keterlibatan organisasi. Hasil juga membuktikan bahwa baik keterlibatan kerja dan keterlibatan organisasi sebagai atribut keterlibatan karyawan memiliki pengaruh positif pada komitmen afektif.

Studi ini menunjukkan keterlibatan organisasi memiliki dampak yang lebih besar daripada keterlibatan kerja pada komitmen afektif. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa komitmen afektif berpengaruh positif terhadap kepuasan kerja dan berpengaruh negatif terhadap turnover intention. Terakhir, kepuasan kerja sebagian dapat memediasi efek negatif dari komitmen afektif pada niat turnover.

.....The purpose of this study was to examine the effect of the use of social media on employee engagement, the effect of employee involvement on affective commitment, and the mediating effect of job satisfaction on affective commitment on turnover intention on millennial generation in Indonesia. This study uses a conclusive design and quantitative approach with a questionnaire as a research tool. The analytical method for this research is Structural Equation Modeling (SEM) with the application of LISREL 5.21.

Based on the results of research conducted on 206 respondents, this study proves that the use of social media has an effect on employee engagement, both on work engagement and organizational involvement. The results also prove that both work engagement and organizational involvement as attributes of employee involvement have a positive influence on affective commitment.

This study shows organizational involvement has a greater impact than work engagement on affective commitment. The results also showed that affective commitment had a positive effect on job satisfaction and had a negative effect on turnover intention. Finally, job satisfaction can partly mediate the negative effects of affective commitment on turnover intentions.