



## Pengaruh Kebermaknaan Kerja Terhadap Loyalitas Kerja pada Karyawan Generasi Z di Kota Padang

Rifa Juniartika<sup>1✉</sup>, Sabrina Etika Utami<sup>2</sup>, Hanifa Ihsani<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Putra Indonesia YPTK Padang

[rifajuniartika@gmail.com](mailto:rifajuniartika@gmail.com)

### Abstract

The world's current employee population is dominated by the millennial generation and generation Z. The generation in question is a collection of people who categorize themselves according to their birth year, age, place of residence, and life events. Generation Z was born between 1995 and 2010 and grew up in the 2000s. Millennials are defined as those born between 1981 and 1994. The Generation Z is practical in the workplace and craves more safety and stability. Additionally, Generation Z tends to despise short-term jobs as well as lack long-term employment. Because of this, members of Generation Z are more likely to switch employers, which may have an impact on the business's profits and reputation. The purpose of this study was to examine the impact of meaningful work on Generation Z employees' commitment to their jobs. By distributing questionnaires online and setting restrictions on the types of respondents based on the Generation Z age range, a quantitative research methodology was applied. The findings demonstrated that work loyalty is greatly influenced by the meaning of the work. It was also discovered that up to 77% of respondents in generation Z said they preferred bosses who belonged to the millennial generation to those who belonged to generation X or the baby boomer generation. This demonstrates the need for superiors to pay attention to the aspirations of Generation Z if they want them to interpret their work and become devoted workers. Thus, it can be said that Generation Z employees are more loyal to their employers the more emphasis they place on their work.

Keywords: employee, meaningful work, work meaningfulness, loyalty, generation z

### Abstrak

Populasi karyawan di dunia pada saat ini didominasi oleh generasi milenial dan generasi Z. Generasi yang dimaksud merupakan sekelompok individu yang menggolongkan dirinya berdasarkan tahun lahir, usia, lokasi dan kejadian dalam kehidupan yang mereka jalani. Generasi milenial merupakan yang lahir diantara tahun 1981-1994 sementara Generasi Z lahir antara tahun 1995 hingga tahun 2010 dan tumbuh di tahun 2000-an. Generasi Z merupakan kelompok yang realistis dalam bekerja dan lebih membutuhkan *security* dan stabilitas, selain itu Generasi Z cenderung kurang memiliki pekerjaan yang jangka panjang namun juga tidak menyenangi pekerjaan yang bersifat jangka pendek. Hal ini menjadikan Generasi Z cenderung berganti perusahaan tempat bekerja yang dapat berpengaruh terhadap perusahaan baik secara reputasi maupun finansial perusahaan tersebut. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk melihat pengaruh kebermaknaan kerja terhadap loyalitas kerja yang dimiliki oleh Generasi Z. Metode penelitian yang digunakan merupakan metode kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner secara *online* serta memberikan batasan kriteria responden sesuai rentang usia Generasi Z. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kebermaknaan kerja mempengaruhi loyalitas kerja secara signifikan. Selain itu juga ditemukan bahwa sebanyak 77% responden pada generasi Z mengindikasikan bahwa mereka lebih menyukai atasan dari generasi milenial daripada generasi X atau generasi *baby boomer*. Hal ini menunjukkan bahwa agar generasi Z dapat memaknai pekerjaan mereka dan menjadi karyawan yang loyal, atasan harus mendengarkan aspirasi dari generasi Z. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi kebermaknaan yang dimiliki oleh Generasi Z terhadap pekerjaan, maka akan semakin tinggi pula loyalitasnya dalam bekerja.

Kata kunci: karyawan, pekerjaan yang bermakna, kebermaknaan kerja, loyalitas, generasi z

*Psyche 165 Journal is licensed under a Creative Commons 4.0 International License.*



### 1. Pendahuluan

Populasi di dunia memiliki perkembangan setiap tahunnya, dimana saat ini lebih didominasi oleh generasi Milenial dan Generasi Z. Generasi merupakan sekelompok individu yang menggolongkan dirinya berdasarkan tahun lahir, umur, lokasi dan kejadian dalam kehidupan mereka [1]. Perbedaan generasi menjadi isu terkini pada masyarakat dimana setiap generasi memiliki karakteristik yang berbeda-beda. Serta perbedaan antara generasi sering menjadikan masalah karena masing-masing tingkatan generasi memiliki keterikatan dengan nilai-nilai yang tertanam

pada setiap masa di masing-masing generasi yang tentunya akan memiliki perbedaan pada generasi. Beberapa ahli menyebutkan generasi Z mengalami konteks sejarah dan sosiokultural yang sama pada tahap perkembangan tertentu [2]. Terdapat beberapa pandangan mengenai tahun kelahiran generasi Z dimana generasi Z lahir di tahun 1990-an dan tumbuh di tahun 2000. Pada penelitian ini peneliti mengambil pandangan dimana generasi Z lahir pada tahun 1995-2010 [3].

Usia generasi Z saat ini berada di kisaran umur 24-25. Jika sebelumnya kita hanya mengenal generasi tua dan generasi muda yang didasari oleh tahun kelahiran serta

perasaan senasib dalam pengalaman perjalanan sejarah, generasi kini berkembang dalam kategori baby boomers, generasi X (tahun lahir antara 1961-1980), generasi Y (tahun lahir 1990- 1995), dan generasi Z (1995-2010). Generasi yang menjadi perhatian khusus tentu berkaitan dengan generasi yang muncul paling terakhir yaitu kurun waktu sampai dengan 2019, dimana generasi tersebut saat ini dikenal dengan generasi internet atau *i-generation*.

Generasi ini dianggap lebih paham dengan perkembangan teknologi (*digital natives*) serta dianggap dapat bekerja multitasking jika dibandingkan dengan generasi sebelumnya serta dianggap lebih cepat dalam menerima informasi. Generasi ini juga dianggap lebih dapat berinteraksi dengan irang lain dan dapat tumbuh cerdas dan memiliki keterampilan teknologi yang kreatif. Digitalisasi dan bangkitnya generasi internet ini memberikan tantangan pada berbagai bidang,

Generasi Z dianggap memiliki kemampuan yang cukup tinggi dalam segi bahasa dan termasuk tenaga kerja yang baik [4]. Pada beberapa penelitian yang dilakukan juga menyebutkan generasi Z merupakan kelompok yang realistis dalam bekerja dan lebih membutuhkan *security* dan stabilitas, selain itu hasil penelitiannya juga menyebutkan generasi Z cenderung kurang memilih pekerjaan yang jangka panjang namun juga tidak menyenangi pekerjaan yang bersifat jangka pendek, hal ini dapat disimpulkan bahwa generasi Z memiliki keraguan untuk terikat pada suatu pekerjaan [5].

Generasi Z pada saat ini sudah mulai memasuki dunia kerja dan generasi Z dianggap merupakan generasi yang cukup profesional dan juga dapat berkembang serta bekerja dengan baik di era digital saat ini [4] namun pada penelitian lain menyatakan perusahaan cenderung memiliki permasalahan dengan generasi Z karena generasi Z dinilai sulit untuk dapat dipertahankan di dalam perusahaan sehingga menjadi tantangan tersendiri oleh HRD untuk dapat mengatasi tingkat turnover pada perusahaan [6]. Generasi Z dinilai lebih menyukai tempat bekerja yang dapat menjamin perjalanan karirnya dan tempat kerja yang dapat menjamin kesejahteraan penghasilan dari pekerjaan yang mereka jalankan [7].

Mudahnya generasi Z untuk berganti perusahaan tentu akan mempengaruhi perusahaan dimana loyalitas karyawan menjadi salah satu faktor yang penting dalam sebuah perusahaan dan dibutuhkan guna untuk menghemat pengeluaran biaya rekrutmen dan terjaganya rahasia perusahaan [8]. Loyalitas merupakan bentuk kesetiaan, pengabdian dan rasa percaya yang ditunjukkan individu atau karyawan pada perusahaan tempatnya bekerja dimana hal ini sebagai bentuk rasa tanggung jawab dari karyawan dalam berusaha memberikan pelayanan dan kinerja terbaik guna membantu pencapaian tujuan dari sebuah perusahaan. Kinerja karyawan secara generalis adalah hasil yang dicapai yang dibuat ditempat kerja seta keterlibatan

karyawan secara umum terlibat dan menyadari tanggung jawab dalam tujuan kerja [9].

Karyawan yang memiliki tingkat loyalitas tinggi dapat memberikan pengaruh positif pada perusahaan, dan mengoptimalkan segala kemampuan untuk kemajuan organisasi [10]. Loyalitas merupakan bentuk kesetiaan karyawan pada perusahaan tempatnya bekerja dan karyawan yang memiliki loyalitas yang baik dapat ikut andil dalam memberikan hasil yang terbaik pada perusahaan karena adanya rasa suka cita terhadap pekerjaan yang dimilikinya serta juga dapat memiliki rasa kerjasama tim yang kuat.

Ketika loyalitas pada karyawan rendah maka ia akan sulit untuk bekerjasama dan menyelesaikan pekerjaannya, menjadi kurang semangat dan menjadi kurang memiliki keinginan untuk berkontribusi lebih di perusahaan. Loyalitas karyawan merupakan faktor yang dapat memberi pengaruh pada keberhasilan perusahaan dan tingkat loyalitas memberi pengaruh bagaimana karyawan itu bekerja, jika dalam perusahaan loyalitas karyawan tidak memiliki loyalitas yang baik maka perusahaan dapat tidak berjalan dengan baik [11].

Usaha dalam meningkatkan loyalitas termasuk dalam pengelolaan sumber daya manusia pada perusahaan, Usaha dalam mengoptimalkan sumber daya manusia memiliki beberapa faktor yang seringkali berimbas pada stabilitas kerja karyawan, sehingga menjadi perhatian bagi perusahaan. Salah satu faktor tersebut adalah kualitas yang dimiliki karyawan di dalam perusahaan. Suatu organisasi tentu memiliki pengembangan dan kualitas karyawan yang dimana sangat penting dalam keberlanjutan kegiatan dan aktivitas bisnis di dalam perusahaan

Loyalitas dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu a) ketaatan atau kepatuhan dimana seorang pegawai sanggup untuk mentaati segala peraturan yang berlaku dan tidak melanggar peraturan tersebut, b) Tanggung jawab, kesanggupan karyawan dalam menyerahkan pekerjaan dengan baik, tepat waktu dan berani mengambil konsekuensi atas keputusan dan tindakan yang dilakukan, c) Pengabdian, yaitu sumbangan pemikiran dan tenaga dari karyawan untuk perusahaan tempatnya bekerja, d) Kejujuran, keselarasan antara ucapan dan perbuatan pada karyawan [12].

Loyalitas dapat ditandai dengan melihat sikap pegawai yang mengikuti aturan perusahaan sebaik-baiknya, adanya keinginan bertahan dan mengabdikan pada perusahaan serta memberikan solusi dari permasalahan yang dihadapinya [13]. Dalam beberapa penelitian menyebutkan bahwa loyalitas tidak terjadi karena sendirinya melainkan perlunya upaya untuk dapat meningkatkan loyalitas karyawan dengan pemberian motivasi berupa kompensasi yang adil serta kondisi kerja yang aman dan nyaman [14]. Tantangan bagi perusahaan di budaya elektronik atau *e-culture* saat ini berkaitan dengan kesulitan dalam mempertahankan

orang terbaik yang mampu mempertahankan loyalitas [15].

Lingkungan kerja yang aman serta bekerja dengan orang-orang yang memiliki makna kerja yang baik akan menimbulkan pemikiran positif dalam melihat pekerjaan di situasi lingkungan kerjanya [16]. Makna kerja merupakan sebagai pengalaman subjektif dari karyawan atau individu dan dapat memberikan dampak positif bagi seseorang yaitu kebermanaknaan [17]. juga menyebutkan karyawan yang memiliki kebermanaknaan kerja memiliki keinginan untuk memiliki manfaat yang lebih luas dan memiliki kualitas yang dicari oleh perusahaan [18].

Karyawan yang sering keluar masuk dan memilih pekerjaan baru disebutkan tidak memiliki kebermanaknaan dalam pekerjaan mereka [19]. Kebermanaknaan kerja dianggap sebuah panggilan bagi karyawan untuk menyelesaikan pekerjaannya dan karyawan yang mempersepsikan pekerjaannya sebagai sebuah aktivitas yang bermakna akan bekerja secara sungguh-sungguh dan menghasilkan kualitas kerja yang baik [20]. Berdasarkan uraian diatas peneliti tertarik untuk melihat pengaruh kebermanaknaan kerja terhadap loyalitas kerja pada karyawan generasi Z.

## 2. Metodologi Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif ialah penelitian yang menggunakan data numerik dalam proses analisisnya serta pengolahan data menggunakan metode statistika. Pendekatan kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini ialah kuantitatif survey. Pada penelitian ini, loyalitas kerja merupakan variabel terikat dan kebermanaknaan kerja sebagai variabel bebas.

Loyalitas kerja merupakan upaya yang ditunjukkan oleh karyawan sebagai bentuk kesetiaan dari seorang karyawan terhadap perusahaan dan membela perusahaan. Secara umum, loyalitas dapat diartikan sebagai bentuk kesetiaan, pengabdian, dan kepercayaan yang ditujukan kepada instansi atau seseorang yang ditunjukkan dengan bentuk tanggung jawab dan memberikan pelayanan serta perilaku yang terbaik. Pengukuran loyalitas kerja dapat dilakukan menggunakan skala loyalitas kerja yang dimodifikasi dari penelitian dengan menggunakan indikator loyalitas kerja [12].

Indikator loyalitas kerja, yaitu: (1) Ketaatan dan kepatuhan; (2) Tanggung jawab; (3) Loyalitas; (4) Kejujuran. Skala penelitian berjumlah 12 aitem. Reliabilitas dari skala yang sudah diujicobakan ini ialah 0,917. Aitem yang digunakan dalam skala ini seluruhnya disusun dalam bentuk *favorable*. Jenis skala yang digunakan ialah skala likert dengan 4 pilihan jawaban yaitu: (1) Sangat Sesuai; (2) Sesuai; (3) Tidak Sesuai; (4) Sangat Tidak Sesuai.

Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kebermanaknaan kerja. Kebermanaknaan kerja menurut Steger ialah memaknai pekerjaan tidak hanya sebagai

hal yang signifikan bagi karyawan namun juga memiliki dampak yang positif terhadap karyawan itu sendiri. Bekerja dengan seseorang yang memiliki makna kerja akan menimbulkan pemikiran positif. Pada penelitian ini, kebermanaknaan kerja diukur menggunakan skala yang telah diujicobakan.

Berdasarkan indikator kebermanaknaan kerja yang dikemukakan yaitu: (1) *positive meaning in work*; (2) *meaning making through work*; (3) *greater good motivation*. Total aitem yang digunakan ialah 20 aitem terdiri dari 13 aitem *favorable* dan 7 aitem *unfavorable*. Pada setiap pernyataan skala memiliki 4 pilihan jawaban yaitu: (1) Sangat Sesuai; (2) Sesuai; (3) Tidak Sesuai; (4) Sangat Tidak Sesuai.

Subjek dalam penelitian ini merupakan seluruh karyawan yang berusia diantara 22 hingga 28 tahun. Pengambilan sampel penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan *random sampling*. Sebanyak 50 orang menjadi partisipan dalam penelitian ini. Proses pengambilan data dilakukan menggunakan platform kuesioner *online*. Data pada penelitian ini berupa angka yang kemudian akan diproses menggunakan analisis regresi sederhana. Proses analisis data dilakukan dengan menggunakan bantuan salah satu program pengolahan data.

## 3. Hasil dan Pembahasan

Hasil penelitian ini diolah dengan menggunakan teknik analisis regresi sederhana. Sebelum melakukan analisis utama, peneliti mengelompokkan partisipan sesuai dengan data demografi dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Data Demografi

Data	JK		Usia		Lama Bekerja		
Rincian	P	L	21-24	25-28	<1 th	1-2 th	> 2 th
Jumlah	41	18	25	34	16	27	16

Selanjutnya, peneliti melakukan analisis regresi sederhana tanpa melakukan uji asumsi terlebih dahulu atas dasar uji asumsi tidak harus dilaksanakan dalam analisis regresi. Berikut ialah serangkaian tabel yang dihasilkan dari analisis regresi sederhana dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Signifikansi Peran X ke Y (Uji F)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	494.976	1	494.976	30.353	.000 <sup>b</sup>
Residual	929.532	57	16.308		
Total	1424.508	58			

Besarnya kontribusi X ke Y dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Besar Kontribusi X ke Y

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.589 <sup>a</sup>	0.347	0.336	4.038

Dari tabel 2 di atas, dapat disimpulkan bahwa hipotesis penelitian ini diterima. Hal ini dapat dilihat dari F

sebesar 30,353 dengan taraf signifikansi sebesar 0,000 ( $p < 0,05$ ). Nilai ini menunjukkan bahwa kebermaknaan kerja (X) dapat memprediksi loyalitas kerja (Y). Nilai X berbanding lurus dengan nilai Y. Artinya, semakin tinggi nilai kebermaknaan kerja, maka nilai loyalitas kerja semakin tinggi. Pada tabel 3, dapat terlihat kontribusi variabel X terhadap variabel Y ialah sebesar 34,7% (berdasarkan nilai *R Square*).

Kebermaknaan kerja merupakan suatu unsur yang penting untuk karyawan dikarenakan saat ini mayoritas masyarakat menuju kepada kehidupan yang lebih bermakna. Penelitian terkait gambaran makna kerja pada generasi Z di Jakarta dengan responden sebanyak 219 orang memiliki hasil penelitiannya menunjukkan bahwa mayoritas generasi Z memiliki makna kerja yang tinggi. Diantara alasannya ialah finansial yang mana hal tersebut dapat memotivasi generasi Z dalam melakukan pekerjaannya. Selain hal terkait finansial, generasi Z juga merupakan generasi yang berorientasi pada pengembangan karir, dan mereka percaya bahwa passion merupakan hal yang sangat penting ketika bekerja [21].

Penelitian lain juga menemukan beberapa hal yang dapat menyebabkan suatu pekerjaan bermakna. Faktor pribadi, pekerjaan, organisasi, dan sosial mempengaruhi kebermaknaan kerja [22]. Bagi generasi Z, hal yang dapat membuat suatu pekerjaan bermakna diantaranya adalah ketika pekerjaan yang membutuhkan keterampilan yang bervariasi dalam penyelesaian masalah; ketika pekerjaan tersebut memberikan kebebasan/kemandirian dalam pengambilan keputusan, ketika *job description* yang diberikan dianggap penting oleh lingkungan kerja, serta juga menyatakan bahwa kebermaknaan kerja dapat meningkatkan keinginan generasi Z untuk bertahan dan mendukung keberlanjutan organisasi, hal ini lekat dengan loyalitas kerja [23]. Oleh karena itu, organisasi hendaknya mendesain strategi kerja yang cocok per generasi karyawan agar para karyawan dapat memiliki kebermaknaan kerja sehingga loyal pada pekerjaannya

Generasi Z merupakan generasi yang visioner. Berdasarkan penelitian perbandingan antara karakter generasi Z dan generasi Y di lingkungan kerja dan wirausaha, generasi Z merupakan generasi yang lebih berorientasi pada tujuan dibandingkan generasi Z yang lebih pragmatis. Generasi Z juga bisa memisahkan atau memberi batas antara kehidupan pribadi dengan pekerjaan [24]. Oleh karena itu Jika generasi Z sudah nyaman dengan budaya kerja di suatu organisasi, maka mereka bisa memaknai pekerjaan. Ketika sudah menemukan kebermaknaan kerja, mereka dapat mengerahkan potensi secara maksimal karena mereka visioner dan dapat memisahkan kehidupan pribadi dengan pekerjaan. Hal ini bisa dikatakan sebagai suatu faktor mengapa kebermaknaan kerja pada generasi Z dapat membuat mereka loyal terhadap pekerjaannya.

Masuknya generasi Z ke dunia kerja merupakan tantangan tersendiri bagi generasi di atasnya. Hal ini

dikarenakan generasi Z ialah generasi yang berbasis teknologi, atau biasa disebut dengan *i-Gen*, mereka juga cenderung lebih kritis sehingga bisa dengan mudah untuk tidak menuruti atasannya. Hal ini tak jarang menimbulkan konflik, khususnya dengan generasi yang paling dekat dengan generasi Z, yakni generasi Y [25]. Beberapa konflik yang terjadi ialah berkenaan dengan gaya kepemimpinan, motivasi kerja, kerja sama tim, dan interaksi sosial. Oleh karena itu, untuk meningkatkan kebermaknaan kerja generasi Z agar mereka loyal terhadap pekerjaannya, atasan perlu melakukan banyak cara yang berbeda dengan generasi yang berbakukan *digital immigrant*.

Salah satu caranya ialah manajer perusahaan perlu untuk berbicara pada generasi Z dan melibatkan mereka untuk mengidentifikasi apa yang mereka inginkan. Manajer harus berusaha untuk mengakomodasi keinginan mereka dalam lingkungan kerja [25]. Seperti yang sudah dibahas sebelumnya, atasan perlu mendesain strategi kerja yang cocok per generasi khususnya generasi Z, agar para karyawan dapat memiliki kebermaknaan kerja sehingga loyal pada pekerjaannya.

Berdasarkan penelitian sebelumnya, generasi Z setuju bahwa sikap yang baik merupakan hal yang penting yang harus ditampilkan oleh atasan. Mereka juga berharap dapat ditawarkan peluang untuk bertumbuh serta dapat mengembangkan diri. Hal ini dapat mempengaruhi keputusan mereka untuk tetap bekerja atau tidak pada organisasi tersebut, walau pernyataan ini bisa saja dibantah karena bersifat dugaan

Selanjutnya, berdasarkan penelitian, generasi Z ternyata lebih memilih pemimpin dengan gaya kepemimpinan partisipatif dan otonom. Penelitian menunjukkan bahwa generasi Z sangat menyukai gaya kepemimpinan transformasional (lebih dari gaya kepemimpinan transaksional). Kepemimpinan transformasional adalah model pemimpin yang mengkomunikasikan visi dan tujuan secara jelas serta memberikan motivasi kepada bawahannya agar bawahan dapat berkeaktifitas untuk bekerja lebih baik demi tercapainya tujuan organisasi [26], [27], [28].

Penelitian mengenai ekspektasi generasi Z terhadap atasannya. Responden Gen Z menggambarkan atasan yang ideal menurut mereka ialah yang memiliki kepemimpinan yang adil dan percaya diri, *soft skill*, ramah, dan berpikiran terbuka [29]. Selain itu, 77% responden generasi Z mengindikasikan bahwa mereka lebih suka memiliki atasan generasi milenial daripada generasi X atau generasi *Baby Boomer*. Oleh karena itu, agar mereka dapat memaknai pekerjaan mereka dan menjadi loyal, atasan harus mendengarkan aspirasi dari generasi Z. Namun, menjadi loyal ternyata tidak selamanya baik bagi karyawan. Penelitian menyimpulkan dari hasil penelitiannya bahwa karyawan yang loyal pada pekerjaannya cenderung bisa dieksploitasi oleh atasannya [30]. Dengan adanya

penelitian dampak negatif dari loyalitas ini, maka hendaknya generasi Z berhati-hati agar tidak dirugikan.

#### 4. Kesimpulan

Kebermaknaan kerja pada generasi Z mempengaruhi loyalitas kerjanya. Generasi Z akan memaknai pekerjaannya ketika atasan mereka dapat mendengarkan aspirasi dan bisa menyesuaikan dengan karakter generasi Z tersebut. Atasan hendaknya bisa berkomunikasi secara terbuka mengenai apa sebenarnya yang mereka inginkan. Salah satu sifat generasi Z ialah visioner. Selain itu, mereka juga kreatif. Jika atasan bisa menyesuaikan budaya kerja dengan karakter generasi Z, maka potensi maksimal mereka akan keluar, mereka akan memaknai pekerjaannya sehingga mereka loyal. Hal ini dapat menyebabkan tujuan organisasi dapat dicapai dengan kemampuan maksimal dari generasi Z.

#### Daftar Rujukan

- [1] Ashraf, R. (2018). Multigeneration Employees: Strategies for effective management. *International Journal of Economics & Management Sciences*, 7(3). <http://dx.doi.org/10.4172/2162-6359.1000528>.
- [2] Lyons, S., & Kuron, L. (2013). Generational Differences in the Workplace: A Review Of The Evidence and Directions For Future Research. *Journal of Organizational Behavior*, 35(S1), S139–S157. <https://doi.org/10.1002/job.1913>.
- [3] Andrea, B., Gabriella, H. C., & Timea, J. (2016). Y and Z Generation at Workplaces. *Journal of Competitiveness*, 6(3), 90-106. <http://dx.doi.org/10.7441/joc.2016.03.06>.
- [4] Putra, Y.S.. (2016). Generational Difference Theory. *Among Makarti* 9(18), 123-134, <http://dx.doi.org/10.52353/ama.v9i2.142>.
- [5] Dwidienawati, D., & Gandasari, D. (2018). Understanding Indonesia's Generation Z. *International Journal of Engineering & Technology*, 7(3), 250-252. <https://doi.org/10.14419/ijet.v7i3.25.17556>.
- [6] Schroth, H. (2019). Are you ready for Gen Z in the Workplace. *California Management Review*, 61(3), 5-18. <https://doi.org/10.1177/0008125619841006>.
- [7] Hanifah., & Wardono, P. (2020). Identifikasi Faktor Pembentuk Perilaku Pencari Kerja Generasi Z di Indonesia. *Jurnal Aplikasi Manajemen dan Bisnis*, 6(3), 628-642. <https://doi.org/10.17358/jabm.6.3.628>.
- [8] Adiba, E. M. (2018). Kepemimpinan Islami, Kepuasan Kerja, Komitmen Kerja, dan Loyalitas Kerja Karyawan Bank Syariah Mandiri di Sidoarjo. *Al-Quad: Journal of Islamic Economics*, 2(1), 60-80. <https://doi.org/10.26740/al-uqud.v2n1.p60-80>.
- [9] Mardikaningsih, R., Sinambella, E. A., & Mendrika, V. (2022). The Role of Work Motivation, Competency and Professionalism on Teacher Performance. *Ekuitas*, 4 (1), 250-255. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v4i1.1711>.
- [10] Novadjaja, L. H., & Ikhran W, M. A. D. (2019). The Effect of Indirect Payment to Employees Loyalty in Bank Perkreditan Sadyha Mukti Parama. *Manajemen Bisnis*, 9(2). <https://doi.org/10.22219/jmb.v9i2.10961>.
- [11] Letsoin, V. R., & Ratnasari, S. L. (2020). Pengaruh Keterlibatan Karyawan, Loyalitas Kerja dan Kerjasama Tim Terhadap Kinerja karyawan. *Jurnal Dimensi*, 9(1), 17-34. <https://doi.org/10.33373/dms.v9i1.2316>.
- [12] Novadjaja, L. H., & Ikhran W, M. A. D. (2019). The Effect of Indirect Payment to Employees Loyalty in Bank Perkreditan Sadyha Mukti Parama. *Manajemen Bisnis*, 9(2). <https://doi.org/10.22219/jmb.v9i2.10961>.
- [13] Egenius, S., Triatmanto, B., & Natsir, M. (2020). The Effect of Job Satisfaction on Employee Performance Through Loyalty at Credit Union Corporation of East Kutai District, East Kalimantan. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 7(10), 480-489. <http://dx.doi.org/10.18415/ijmmu.v7i10>.
- [14] Maspuatun, M., Adriani, Z., & Wediawati, B. (2022). Pengaruh Motibasi Organisasi, Gaya Kepemimpinan dan Keterlibatan Kerja Terhadap Loyalitas Kerja Pegawai pada Kantor Camat Tabir Ulu Kabupaten Merangin. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 4(1), 70-79. <https://doi.org/10.31933/jimt.v4i1.1160>.
- [15] Safferstone, M.J. (2001). *Evolve: Succeeding in the Digital Culture Tomorrow*. Boston: Harvard Business School Press. <https://doi.org/10.5465/ame.2001.5229701>.
- [16] Irianto, A., & Prasetya, B. E. (2021). Hubungan Antara Kebermaknaan Kerja dengan Komitmen Organisasi. *Jurnal Psikologi Konseling*, 18(1), 863-872. <http://dx.doi.org/10.24114/konseling.v18i1.27820>.
- [17] Steger, M. F., Dik, J. B., & Duffy, D. R. (2012). Measuring Meaningful Work and Meaning Inventory (WAMI). *Journal of career Assessment*, 20(3), 1-6. <https://doi.org/10.1177/1069072711436160>.
- [18] Kaur, P., & Mittal, A. (2020). Meaningful of Work and Employee Engagement: The Role of Affective Commitment. *The Open Psychology Journal*, 13(1), 115-122. <http://dx.doi.org/10.2174/1874350102013010115>.
- [19] Cantone, J. A. (2016). The Meaning of Work. *PsycCritiques American Psychological Association*, 61(2), 1-96. <http://dx.doi.org/10.1037/a0040046>.
- [20] Juniartika, R., Sari, E. Y., & Widiana, H. S. (2020). Efektivitas Pelatihan Kebermaknaan Kerja untuk Meningkatkan Keterikatan Karyawan pada Perawat. *Mediapsi*, 6(1), 26-36. <https://doi.org/10.21776/ub.mps.2020.006.01.4>.
- [21] Ramadhani, A., & Nindyati, A. D. (2022). Gambaran Makna Kerja Bagi Generasi Z di Jakarta. *Inquiry: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 13(1), 41-60. <https://doi.org/10.51353/inquiry.v13i01.596>.
- [22] Lysova, E. I., Allan, B. A., Dik, B. J., Duffy, R. D., & Steger, M. F. (2019). Fostering Meaningful Work in Organizations: A Multi-Level Review and Integration. *Journal of Vocational Behavior*, 110, 374–389. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2018.07.004>.
- [23] Popaitoon, P. (2022). Fostering Work Meaningfulness for Sustainable Human Resources: A Study of Generation Z. *MDPI Journal*, 14(6), 3626. <https://doi.org/10.3390/su14063626>.
- [24] Dreyer, C., & Stojanová, H. (2023). How Entrepreneurial Is German Generation Z Vs. Generation Y? A Literature Review. *Procedia Computer Science*, 217(1), 155–164. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2022.12.211>.
- [25] Gabrielova, K., & Buchko, A. A. (2021). Here comes Generation Z: Millennials as managers. *Business Horizons*, 64(4), 489–499. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2021.02.013>.
- [26] Pagda, Z., Bayraktar, S., & Jimenez, A. (2021). Exploring Culture And Leadership After 23 Years: A Replication of GLOBE Project in Turkey. *Journal of International Management*, 27(1), 100822. <https://doi.org/10.1016/j.intman.2021.100822>.
- [27] Tewari, S., & Bhattacharyya, R. (2017). Aspirations & Wants of Generation Z-A Study on the Work Force of The Future. *Journal of Business and Economics*, 8(7), 607–614. [https://doi.org/10.15341/jbe\(2155-7950\)/07.08.2017/009](https://doi.org/10.15341/jbe(2155-7950)/07.08.2017/009).

- [28] Hendri, A., Tahir, I. B., Mua'azamsyah, M. Friasantano, R. (2023). Kepemimpinan Transformational, Kepemimpinan Transaksional dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 3(8). 7367- 7372. <https://doi.org/10.47492/jip.v3i8.2388>.

- [29] Grow, J. M., & Yang, S. (2018). Generation-Z Enters the Advertising Workplace: Expectations Through a Gendered Lens. *Journal of Advertising Education*, 22(1), 7–22. <https://doi.org/10.1177/1098048218768595>.

- [30] Stanley, M. L., Neck, C. B., & Neck, C. P. (2023). Loyal Workers are Selectively and Ironically Targeted for Exploitation. *Journal Of Experimental Social Psychology*, 106, 104442. <https://doi.org/10.1016/j.jesp.2022.104442>.