

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yang ditandai dengan proses yang terstruktur, terorganisir dengan baik, dan dirancang secara sistematis mulai dari tahap perencanaan hingga penyusunan desain penelitian. Pendekatan ini mencakup perencanaan yang matang terkait tujuan penelitian, pemilihan sampel, sumber data, serta metode yang digunakan (Fitria & Prastiwi, 2022). Metode ini didasarkan pada pengukuran yang mampu dihitung dan dianalisis secara statistik, sehingga memungkinkan peneliti untuk menarik kesimpulan yang valid dan generalisasi terhadap populasi yang lebih luas. Suatu karakteristik utama dari penelitian kuantitatif ialah penggunaan instrumen studi yang terstruktur, misalnya kuesioner atau survei.

Dalam studi ini, kuesioner akan disebar kepada responden yang merupakan karyawan Generasi Z Industri Ritel berskala minimarket di Tangerang Selatan. Kuesioner tersebut dirancang untuk mengevaluasi sejumlah variabel, mencakup level *career development*, *employee engagement*, dan *turnover intention*. Penggunaan instrumen ini digunakan untuk memastikan bahwasanya data yang dikumpulkan ialah valid dan reliabel, serta mampu diukur dengan cara yang konsisten. Dengan cara ini, peneliti mampu mendapat data yang representatif dan mendeskripsikan kondisi aktual di lapangan.

#### **3.2 Objek Penelitian**

Objek penelitian mengacu pada elemen atau kondisi yang diamati untuk memberikan pemahaman yang lebih rinci terhadap fenomena yang sedang diteliti, sehingga dapat diperoleh gambaran menyeluruh terkait permasalahan penelitian (Hamidah & Hakim, 2023). Penelitian ini berfokus pada karyawan Generasi Z yang bekerja di industri ritel dengan skala minimarket di Kota Tangerang Selatan.

Studi ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana *career development* mempengaruhi *turnover intention* yang dimediasi oleh *employee engagement*. Dengan memahami hubungan antara variabel-variabel tersebut, penelitian ini

diharapkan dapat memberikan wawasan bagi perusahaan ritel dalam mengelola tenaga kerja muda secara lebih efektif. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat menjadi dasar bagi perusahaan untuk merancang strategi peningkatan keterlibatan karyawan dan pengembangan karier yang lebih optimal guna menekan tingkat turnover di industri ritel yang dinamis.

### 3.3 Populasi dan Sampel

#### 3.3.1 Populasi

Populasi ialah subjek menyeluruh yang menjadi fokus dalam suatu penelitian, di mana peneliti ingin menggali informasi dan mengimplementasikan analisis untuk memperoleh tujuan penelitian digunakan (Fitria & Prastiwi, 2022). Populasi dalam penelitian ini mengacu pada seluruh objek atau subjek yang memiliki karakteristik dan kriteria tertentu sesuai dengan tujuan studi, yang akan dianalisis untuk menghasilkan kesimpulan yang relevan dengan permasalahan penelitian. Populasi dapat dibedakan menjadi dua jenis, yaitu populasi terbatas, di mana jumlah anggotanya bisa dihitung secara pasti, dan populasi tak terbatas, di mana jumlah anggotanya tidak dapat ditentukan secara pasti (Zainuddin, 2024). Dalam studi ini, peneliti memusatkan perhatian pada populasi karyawan Generasi Z yang bekerja di industri ritel dengan skala minimarket di Kota Tangerang Selatan sebagai sampel pada penelitian kali ini.

Berdasarkan data dari Hidayah et al. (2023), terdapat 330 unit Minimarket yang tersebar di wilayah Kota Tangerang Selatan. Meskipun jumlah populasi karyawan tersebut belum diketahui secara pasti berdasarkan toko yang tersebar, penelitian ini tetap memberikan wawasan penting mengenai dinamika serta karakteristik unik dari karyawan Generasi Z. Fokus pada kelompok generasi ini diharapkan dapat mengungkap pola *employee engagement*, tantangan yang mereka hadapi dalam proses kerja, serta bagaimana *career development* mempengaruhi *turnover intention* mereka.

### 3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian representatif dari populasi yang memiliki karakteristik serupa dan digunakan untuk mempermudah proses analisis statistik, khususnya ketika ukuran populasi terlalu besar untuk diteliti secara keseluruhan (Zainuddin, 2024). Penelitian ini menggunakan pendekatan *non-probability sampling*, yaitu metode pemilihan sampel yang tidak didasarkan pada proses pengacakan, melainkan ditentukan melalui kriteria atau pertimbangan khusus yang telah ditetapkan sebelumnya. Metode ini umum digunakan ketika tidak memungkinkan untuk mengakses seluruh populasi atau saat peneliti memiliki kriteria spesifik yang harus dipenuhi oleh responden. Terdapat berbagai macam jenis *non-probability sampling*, diantaranya adalah *convenience sampling*, *judgemental sampling*, *purposive sampling*, *snowball sampling*, dan *quota sampling*.

● Penelitian ini secara spesifik menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu teknik pemilihan sampel yang didasarkan pada kriteria tertentu yang telah ditentukan sebelumnya. Teknik ini memungkinkan peneliti untuk memilih responden yang paling relevan dengan tujuan dan konteks penelitian (Zainuddin, 2024). Kriteria yang digunakan untuk menentukan sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Responden merupakan bagian dari Generasi Z (usia 18-28 tahun).
2. Responden bekerja di industri ritel berskala minimarket.
3. Responden bersedia berpartisipasi secara sukarela dalam pengisian kuesioner penelitian.

Penetapan kriteria ini bertujuan untuk memastikan bahwa responden memiliki pengalaman dan perspektif yang sesuai dengan topik penelitian, yaitu pengaruh *career development* terhadap *turnover intention* melalui *employee engagement* pada karyawan Generasi Z di industri ritel Kota Tangerang Selatan. Pemilihan responden yang bekerja di minimarket juga penting karena penelitian ini fokus pada industri ritel berskala minimarket. Selain itu, partisipasi sukarela dianggap penting untuk memperoleh data yang jujur dan objektif.

Jumlah pasti populasi karyawan dari total 330 minimarket di Kota Tangerang Selatan tidak dapat diketahui secara akurat karena data tersebut tidak

tersedia secara terbuka. Oleh karena itu, peneliti melakukan justifikasi pengambilan sampel dengan merujuk pada hasil penelitian Hidayah et al. (2023). Penelitian tersebut mengidentifikasi persebaran spasial minimarket di tujuh kecamatan, yaitu Pamulang, Ciputat, Ciputat Timur, Serpong, Serpong Utara, Pondok Aren, dan Setu, yang menunjukkan konsentrasi dan distribusi minimarket yang signifikan. Berdasarkan data tersebut, peneliti menentukan jumlah sampel dengan mencari karyawan minimarket di Tangerang Selatan yang bersedia menjadi perwakilan responden pada tiap kecamatan berbeda guna mewakili minimarket di kota Tangerang Selatan.

Peneliti dalam menentukan jumlah responden menggunakan pedoman dari Hair & Alamer (2022), yang menyarankan ukuran sampel 5–10 kali jumlah total indikator. indikator yang digunakan penelitian ini berjumlah 12 indikator dalam pengukuran tiga variabel utama. Oleh karena itu, sampel dihitung seperti berikut:

$$\begin{aligned} \text{Total Sampel} &= \text{Jumlah Indikator} \times 10 \\ &= 12 \times 10 \\ &= 120 \end{aligned}$$

Sebanyak 120 responden dipilih berdasarkan persebaran minimarket di setiap kecamatan. Jumlah ini ditentukan untuk mengantisipasi kemungkinan adanya data yang tidak valid, seperti kesalahan dalam pengisian kuesioner atau penolakan untuk berpartisipasi. Jumlah tersebut dianggap memadai untuk menghasilkan analisis statistik yang akurat dan relevan.

### **3.4 Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui teknik data primer, yaitu dengan memperoleh informasi secara langsung dari objek yang diteliti. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memahami secara lebih rinci perilaku, preferensi, karakteristik, serta kualitas dari subjek penelitian. Data primer dapat dikumpulkan melalui berbagai metode seperti penyebaran kuesioner, wawancara, atau survei, yang memungkinkan interaksi langsung antara peneliti dan responden (Zainuddin, 2024).

Dalam studi ini, penulis menggunakan teknik pengumpulan data dalam bentuk kuesioner. Kuesioner atau instrumen merupakan alat yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data pada suatu penelitian. Istilah tersebut juga mencakup berbagai instrumen evaluasi. Sebelum digunakan pada populasi yang sesungguhnya, kuesioner sering kali melalui proses konversi atau penyesuaian agar sesuai dengan kebutuhan penelitian (Sihotang et al., 2023).

Penyebaran kuesioner dalam penelitian ini dilakukan langsung kepada karyawan Generasi Z di minimarket di Kota Tangerang Selatan, yang dipilih karena pertumbuhan industri ritelnya yang pesat serta tingginya jumlah tenaga kerja. Dengan 330 minimarket, wilayah ini menjadi lokasi yang relevan untuk memahami *career development*, *employee engagement*, dan *turnover intention* di industri ritel. Peneliti akan berkoordinasi dengan kepala toko atau supervisor untuk menyebarkan kuesioner kepada karyawan yang dimiliki dalam bentuk tautan Google Formulir dan barcode. Oleh karena itu, penyebaran kuesioner melalui kepala toko atau supervisor diharapkan dapat menghasilkan data primer yang relevan bagi penelitian ini.

Skala Likert merupakan jenis skala ordinal yang umum digunakan pada penelitian kuantitatif untuk mengukur sikap atau pendapat responden terhadap suatu topik maupun pernyataan tertentu. Skala ini berfungsi sebagai alat ukur yang membantu peneliti dalam memahami kecenderungan atau tingkat persetujuan responden terhadap berbagai aspek yang diteliti (Zainuddin, 2024). Penelitian ini menerapkan skala Likert empat poin dengan kategori: (1) sangat tidak setuju, (2) tidak setuju, (3) setuju, dan (4) sangat setuju. Penggunaan skala genap tanpa opsi netral bertujuan untuk mendorong responden memberikan jawaban yang lebih tegas, sehingga mengurangi kemungkinan memilih jawaban netral atau tengah (Zainuddin, 2024).

Berikut skala Likert yang digunakan sebagai instrumen pengukuran untuk penilaian variabel:

Tabel 3. 1 Penilaian Skala Likert

No.	Pernyataan	Bobot Nilai
1.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1
2.	Tidak Setuju (TS)	2
3.	Setuju (S)	3
4.	Sangat Setuju (SS)	4

Sumber: (Zainuddin, 2024)

Penilaian skala Likert pada penelitian ini memungkinkan peneliti untuk mengukur intensitas sikap maupun persepsi responden terhadap pernyataan yang diajukan terkait *career development*, *employee engagement*, dan *turnover intention*. Jawaban responden kemudian dikonversi menjadi data interval guna mempermudah proses pengolahan serta analisis statistik. Pernyataan dalam kuesioner disusun berdasarkan faktor-faktor yang dievaluasi dalam penelitian ini, yakni *career development*, *employee engagement*, dan *turnover intention*. Seluruh variabel diuraikan ke dalam beberapa indikator, yang kemudian dikembangkan menjadi pernyataan positif maupun negatif. Pendekatan ini diterapkan untuk memastikan bahwa responden memberikan jawaban yang objektif serta mengurangi kecenderungan mereka mengikuti pola jawaban tertentu.

### 3.5 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional diterapkan untuk menjelaskan secara jelas apa arti dari suatu variabel dan bagaimana cara mengevaluasinya secara spesifik. Biasanya, ini disajikan dalam bentuk tabel yang memuat nama variabel, deskripsinya, alat yang dipakai untuk mengevaluasi, cara pengukurannya, skala yang diterapkan, dan hasil yang diharapkan. Tujuan dari definisi operasional ini ialah untuk membatasi cakupan variabel agar seluruh orang punya pemahaman yang serupa (Fadilla et al., 2022). Pendekatan ini memudahkan peneliti dalam mengumpulkan, mengevaluasi, dan menganalisis data secara lebih efisien serta konsisten sepanjang penelitian. Dalam studi ini, variabel independen yang digunakan adalah *Career Development*

(X), sedangkan variabel dependen adalah *Turnover Intention* (Y), dengan *Employee Engagement* (Z) sebagai variabel mediasi.

Tabel berikut memuat informasi mengenai variabel penelitian, definisi operasional, serta indikator yang digunakan sebagai instrumen pengukuran pada penelitian ini:

Tabel 3. 2 Definisi Operasional

No	Variabel	Indikator	Item Pernyataan	Skala
1	<i>Career Development</i> (X): <i>Career development</i> dipahami sebagai serangkaian upaya yang dilakukan organisasi untuk membantu karyawan dalam meningkatkan pemahaman terhadap arah karier mereka, mendapatkan pemantauan atas kemajuan yang dicapai, menyadari peluang yang tersedia, serta memperoleh perhatian terhadap	<i>Career Equations</i>	1. Saya memiliki rencana karier yang terstruktur dalam jangka panjang.	Likert (1-4)
		<i>Monitoring Issues</i>	2. Saya memahami langkah-langkah yang perlu saya ambil untuk kemajuan karier saya	
		<i>Awareness of opportunity</i>	1. Atasan saya memberikan perhatian terhadap perkembangan karier saya. 2. Saya menerima umpan balik mengenai kemajuan karier saya dari atasan.	Likert (1-4)
			1. Saya mengetahui program pelatihan yang mendukung	Likert (1-4)

minat dan aspirasi karier pribadi (Tenriawali et al., 2021)		pengembangan karier saya.		
		2. Saya menyadari adanya kesempatan promosi di perusahaan.		
	<i>Employee Interests</i>	1. Perusahaan menyesuaikan pengembangan karier dengan minat saya.	Likert (1-4)	
		2. Perusahaan mempertimbangkan minat karier saya dalam perencanaan pengembangan.		
	<i>Career Satisfaction</i>	1. Saya merasa puas dengan posisi karier saya saat ini.	Likert (1-4)	
		2. Saya menikmati perjalanan karier saya di perusahaan.		
2	<i>Employee Engagement (Z): Employee engagement</i> adalah keterlibatan fisik dan emosional karyawan dalam pekerjaan, yang	<i>Vigour</i> (Semangat Kerja)	1. Saya memiliki energi yang tinggi dalam menyelesaikan tugas pekerjaan saya.	Likert (1-4)
			2. Saya tetap termotivasi untuk bekerja meskipun menghadapi	

<p>ditandai dengan energi, dedikasi, serta fokus tinggi, serta berdampak positif pada kinerja, kepuasan kerja, dan kesejahteraan (Boccoli et al., 2023).</p>	<p><i>Dedication</i> (Dedikasi)</p>	<p>tantangan di tempat kerja.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya merasa bangga menjadi bagian dari perusahaan ini.</li> <li>2. Saya merasa pekerjaan saya memiliki kontribusi yang penting bagi perusahaan</li> </ol>	<p>Likert (1-4)</p>
<p></p>	<p><i>Absorption</i> (Penyerapan dalam pekerjaan)</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya merasa terlibat sepenuhnya dalam pekerjaan saya</li> <li>2. Saya merasa sulit untuk beralih ke aktivitas lain saat sedang bekerja</li> </ol>	<p>Likert (1-4)</p>
<p><b>3</b> <i>Turnover Intention</i> (Y): <i>Turnover intention</i> adalah niat atau keinginan seorang karyawan untuk meninggalkan pekerjaannya saat ini, baik karena merasa tidak puas, kurang cocok, maupun karena</p>	<p>Keinginan untuk meninggalkan pekerjaan</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya sering berpikir untuk meninggalkan pekerjaan saya saat ini.</li> <li>2. Saya memiliki niat untuk mencari pekerjaan di perusahaan lain dalam waktu dekat.</li> </ol>	<p>Likert (1-4)</p>
<p></p>	<p>Mencari peluang kerja lain</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya aktif mencari informasi tentang lowongan pekerjaan di perusahaan lain.</li> </ol>	<p>Likert (1-4)</p>

tertarik dengan  
peluang kerja  
yang lebih baik di  
tempat lain.  
(Singh, 2022).

2. Saya tertarik untuk  
melamar pekerjaan  
di tempat lain

Ketidakpuasan  
kerja

1. Saya merasa kurang  
puas dengan kondisi  
kerja saya saat ini.  
2. Saya tidak merasa  
termotivasi untuk  
memberikan  
kontribusi lebih  
kepada perusahaan.

Likert  
(1-4)

Kurangnya  
keterikatan  
organisasi

1. Saya merasa kurang  
memiliki keterikatan  
emosional dengan  
perusahaan ini.  
2. Saya tidak memiliki  
keinginan yang kuat  
untuk tetap bekerja  
di perusahaan ini  
dalam jangka  
panjang.

Likert  
(1-4)

*Sumber: Peneliti (2025)*

### 3.6 Teknik Analisis Data

Model mediasi pada studi ini dianalisis melalui aplikasi SmartPLS. Oleh karena itu, metode Partial Least Squares atau yang biasa disebut PLS-SEM dipilih karena lebih sesuai untuk menganalisis ide-ide dalam studi ini, mengingat PLS-SEM lebih berfokus pada varians daripada kovarian (Ghozali, 2021). Analisis PLS-SEM terdiri dari dua komponen utama. Komponen pertama adalah Model Pengukuran (*Outer Model*), yang menggambarkan bagaimana variabel manifest atau variabel yang dapat diamati mencerminkan variabel laten. Model ini fokus pada hubungan antara variabel laten dan item indikator yang mengukur variabel tersebut. Komponen kedua adalah Model Struktural (*Inner Model*), yang menyoroti kekuatan hubungan antar variabel laten maupun konstruk yang diukur, serta menunjukkan hubungan kausal antar konstruk dalam model tersebut.

#### 3.6.1 Teknik Analisis Deskriptif

Studi kuantitatif biasanya menggunakan alat analisis data statistik. Statistik dalam penelitian ini bersifat deskriptif. Menurut Sudirman et al. (2023), statistik deskriptif adalah teknik analisis yang digunakan untuk mendeskripsikan, merangkum, dan menganalisis data kuantitatif tanpa bertujuan untuk membuat generalisasi atau kesimpulan yang lebih luas. Teknik ini membantu dalam menyajikan data dalam bentuk aslinya, sehingga memberikan gambaran yang jelas mengenai karakteristik data yang diperoleh. Data kuantitatif merupakan data yang dapat diukur maupun dihitung secara numerik, berupa berat badan, tinggi badan, usia, maupun variabel lain yang bersifat numerik. Statistik deskriptif biasanya digunakan ketika penelitian mencakup seluruh populasi atau saat peneliti hanya ingin merangkum data sampel tanpa menarik kesimpulan umum tentang populasi dari mana sampel tersebut diambil.

### 3.6.2 Model Pengukuran (*Outer Model*)

*Outer model* digunakan untuk menilai validitas dan reliabilitas indikator dalam mengukur variabel laten. Beberapa uji yang dilakukan meliputi:

1. **Uji Validitas Konvergen (*Convergent Validity*):** Uji ini memastikan bahwa setiap indikator dalam variabel yang sama benar-benar mengukur konsep yang sama. Pengujian dilakukan dengan memeriksa *loading factor* yang harus lebih dari 0,7 (Hair et al., 2021).
2. **Uji Reliabilitas:** dalam penelitian ini menggunakan nilai *AVE*, *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha*, yang ketiganya bertujuan menilai konsistensi internal suatu konstruk. Nilai *AVE* mengukur seberapa besar varians yang dapat dijelaskan oleh indikator dalam suatu variabel laten. Nilai *AVE* yang baik adalah lebih dari 0,5, yang menunjukkan bahwa indikator secara efektif merepresentasikan variabel laten. *Composite Reliability* mengukur sejauh mana indikator dalam konstruk dapat diandalkan, dengan nilai minimum 0,70 atau lebih sebagai batas penerimaan yang menunjukkan konsistensi internal yang memadai. Sementara itu, *Cronbach's Alpha* berfungsi sebagai ukuran konservatif terhadap konsistensi internal dengan menilai kesamaan muatan antar indikator, di mana nilai 0,70 atau lebih juga dianggap memenuhi standar reliabilitas. *Composite Reliability (rho\_c)* sering dianggap sebagai ukuran yang lebih fleksibel dibandingkan *Cronbach's Alpha*, karena mampu menangkap reliabilitas konstruk secara lebih akurat dalam model pengukuran, sehingga keduanya saling melengkapi dalam menguji reliabilitas suatu konstruk (Hair et al., 2021).
3. **Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*):** Uji ini memastikan bahwa variabel yang diuji memiliki perbedaan yang jelas dari variabel lainnya. Validitas diskriminan tercapai jika hubungan antara variabel dengan indikatornya lebih kuat dibandingkan dengan korelasi antara variabel lain. Uji ini dapat dilihat melalui nilai *cross loading* yang lebih besar dari 0,7 (Hair et al., 2021).

### 3.6.3 Model Struktural (*Inner Model*)

*Inner model* menggambarkan hubungan sebab-akibat antara variabel laten yang tidak dapat diukur secara langsung. Evaluasi *inner model* bertujuan untuk mengetahui apakah variabel *independent* berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *dependent*. Dalam metode *Partial Least Squares* (PLS), *inner model* diuji dengan beberapa langkah, salah satunya dengan menghitung nilai *R-square* untuk melihat seberapa besar variabel *independent* mampu menjelaskan variasi pada variabel *dependent*. Selain itu, koefisien jalur digunakan untuk mengukur seberapa kuat hubungan antara variabel laten dalam model penelitian (Ghozali, 2021). Beberapa uji yang digunakan dalam evaluasi *inner model* meliputi berbagai teknik analisis untuk memastikan bahwa hubungan antar variabel memiliki makna yang signifikan.

1. ***R-Square* ( $R^2$ ):** Menunjukkan seberapa besar varians variabel endogen yang dapat dijelaskan oleh variabel eksogen. Nilai  $R^2$  yang tinggi menunjukkan kekuatan prediksi model yang kuat. Nilai  $R^2 \geq 0,75$  tergolong baik, 0,50 sedang, dan 0,25 lemah (Hair et al., 2021).
2. ***Effect Size* ( $F^2$ ):** Menurut Hair et al. (2021), *Effect Size* ( $F^2$ ) digunakan untuk mengukur besar pengaruh yang dihasilkan variabel *independen* terhadap variabel *dependent*, dengan tingkat pengaruh yang dikategorikan sebagai kecil, sedang, atau besar. Nilai  $F^2$  lebih dari 0,02 menunjukkan pengaruh kecil, nilai diantara 0,15 dan 0,35 menunjukkan pengaruh sedang, dan lebih dari 0,35 menunjukkan pengaruh yang besar.
3. **Uji *Bootsrapping*:** Penelitian ini menggunakan uji *Bootstrapping* untuk mengukur pengaruh antar variabel dalam hipotesis yang diuji. Seluruh hipotesis dianggap memiliki dampak yang signifikan jika nilai *T-statistic* lebih dari 1,96. Pengaruh langsung dikatakan signifikan apabila *P-value* kurang dari 0,05. Selain itu, berdasarkan standar signifikansi sebesar 5% ( $\alpha = 0,05$ ), nilai *T-table* sebesar 1,96 harus lebih besar daripada *T-hitung* agar hasilnya dinyatakan signifikan (Hair et al., 2021).
4. ***Path Coefficient*:** Untuk menentukan pengaruh langsung dan tidak langsung, tingkat signifikansi antara indikator dan variabel dapat diukur menggunakan nilai *path coefficient* yang harus lebih besar dari 1,96 (Hair

et al., 2021).. Dalam analisis koefisien jalur, langkah pertama yang perlu dilakukan adalah menghitung akar kuadrat dari nilai *R-Square*. Setelah perhitungan ini selesai, setiap variabel harus menunjukkan dampak yang signifikan terhadap variabel dependen.

5. ***Specific Indirect Effects***: Pengujian efek tidak langsung dilakukan untuk menilai bagaimana suatu variabel dapat memengaruhi variabel lain melalui variabel perantara. Selain itu, SmartPLS memungkinkan analisis langsung terhadap nilai *P-value* dan *T-statistic* guna menentukan validitas hipotesis. Menurut Hair et al. (2021), efek tidak langsung dianggap signifikan apabila *P-value* kurang dari 0,05.

#### **3.6.4 Pengujian Hipotesis**

Analisis hipotesis dilaksanakan dengan mengamati koefisien jalur, nilai *T-statistic*, dan *P-value*. Koefisien jalur positif menunjukkan hubungan positif antar variabel, sedangkan koefisien negatif menandakan hubungan yang berlawanan. Jika  $T_{statistic} > 1,96$  dan  $P_{value} < 0,05$ , atau 5% maka koefisien tersebut dianggap signifikan secara statistik, yang berarti hasil penelitian dapat dipercaya (Hair et al., 2021).

H1: Pengaruh *Career Development* terhadap *Turnover Intention*

H0: *Career Development* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Turnover Intention*.

Ha: *Career Development* berpengaruh signifikan terhadap *Turnover Intention*.

H2: Pengaruh *Career Development* terhadap *Employee Engagement*

H0: *Career Development* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Employee Engagement*.

Ha: *Career Development* berpengaruh signifikan terhadap *Employee Engagement*.

H3: Pengaruh *Employee Engagement* terhadap *Turnover Intention*

H0: *Employee Engagement* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Turnover Intention*.

Ha: *Employee Engagement* berpengaruh signifikan terhadap *Turnover Intention*.

H4: Pengaruh *Career Development* terhadap *Turnover Intention* melalui *Employee Engagement* sebagai variabel mediasi

H0: *Employee Engagement* tidak memediasi pengaruh *Career Development* terhadap *Turnover Intention*.

Ha: *Employee Engagement* memediasi pengaruh *Career Development* terhadap *Turnover Intention*.

