

BAB IV

HASIL DAN ANALISIS PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum Subjek Penelitian

Peneliti mendapatkan total 386 responden penelitian karyawan Gen Z yang bekerja aktif di *bank*. Data ini diperoleh dengan menyebarkan kuesioner secara *online* yang disebarakan melalui media sosial seperti Line, Whatsapp, Jakpat dan Instagram dari bulan Maret 2025 sampai dengan bulan Mei 2025. Data yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner tersebut adalah 386 responden yang sesuai dengan kriteria responden.

Tabel 4.1 Gambaran Umum Responden Penelitian (N=386)

Gambaran Umum Responden	Frekuensi	Persentase (%)
Jenis Kelamin		
Laki-laki	204	53%
Perempuan	182	47%
Kategori Usia		
Remaja akhir (18-21 tahun)	57	15%
Dewasa awal (22-27 tahun)	329	85%
Pendidikan Terakhir		
SMA/K	102	26%
D3	247	64%
S1	35	9%
S2	2	1%
Lama Bekerja		
≤ 2 tahun	179	46%
> 2 tahun	207	54%
Posisi Bekerja		
Bisnis	216	56%
Non-Bisnis	170	44%

Tabel 4.1 menunjukkan gambaran umum responden dalam penelitian ini. Mayoritas responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 204 responden (53%). Berdasarkan kategori usia, responden didominasi oleh kategori usia dewasa awal sebanyak 329 responden (85%). Sementara itu, pendidikan terakhir terbanyak adalah Diploma 3 (D3) dengan jumlah 247 responden (64%). Dari segi masa kerja, mayoritas responden memiliki pengalaman kerja lebih dari 2 tahun sebanyak 207 responden (54%). Untuk posisi pekerjaan yang paling banyak diisi oleh responden adalah pada sektor bisnis yaitu sebanyak 216 orang (56%).

4.2 Analisis Utama

4.2.1 Gambaran Variabel *Affective Commitment*

Gambaran *affective Commitment* pada responden penelitian dapat dilihat berdasarkan nilai total skor responden. Tabel 4.2 memaparkan *mean* teoritik, *mean* empirik, dan standar deviasi yang menjadi gambaran pada *affective commitment*.

Tabel 4.2 Gambaran Affective Commitment

Affective Commitment	Mean Teoritik	Mean Empirik	Standar Deviasi	Min	Max
<i>Affective Commitment</i>	20	22,868	6,962	8	32
≤2 tahun	20	18,648	7,248	8	32
>2 tahun	20	26,517	4,043	8	32

Gambaran komitmen afektif pada karyawan Gen Z yang bekerja di *bank* dapat ditinjau dari nilai *mean* empirik yang diperoleh berdasarkan total skor komitmen afektif responden. Tabel 4.2 menunjukkan bahwa nilai standar deviasi secara keseluruhan ($SD = 6,962$) lebih besar dibandingkan dengan selisih antara *mean* empirik ($M = 22,868$) dan *mean* teoritik ($M = 20$), yaitu sebesar 2,868. Kemudian, terdapat skor mean empirik komitmen afektik ($M=22,868$) dengan *mean* teoritik ($M=20$). Hal ini menunjukkan bahwa *mean* empirik lebih besar dari dari *mean* teoritik, namun selisih kedua mean tersebut masih lebih rendah dari satu standar deviasi sehingga sebagian besar responden masih berada di dalam kategori tingkat komitmen afektif yang sedang. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa responden karyawan Gen Z yang bekerja di *bank* dalam penelitian ini memiliki komitmen afektik yang berada pada kategori sedang.

4.2.2 Kategorisasi *Affective Commitment Scale* (ACS)

Azwar (2012) menyatakan bahwa proses kategorisasi bertujuan untuk mengelompokkan individu ke dalam beberapa tingkatan yang tersusun secara berjenjang pada suatu kontinum, sesuai dengan atribut yang sedang diukur. Berdasarkan pendekatan tersebut, responden diklasifikasikan ke dalam tiga kategori, yaitu rendah, sedang, dan tinggi. Tabel 4.3 menyajikan rumus norma kategorisasi yang digunakan, merujuk pada pendapat Azwar (2012).

Tabel 4.3 Rumus Norma Kategorisasi (Azwar, 2012)

Kategori	Rumus Norma
Rendah	$X < (\mu - 1,0\sigma)$
Sedang	$(\mu - 1,0\sigma) \leq X < (\mu + 1,0\sigma)$
Tinggi	$(\mu + 1,0\sigma) \leq X$

Alat ukur *affective commitment* terdiri dari 8 aitem yang dimana masing-masing aitemnya diberikan skor dari mulai 1 sampai dengan 4. Dengan begitu, skor yang dapat diperoleh responden adalah hasil perkalian $8 \times 1 = 8$, sedangkan skor maksimum adalah $8 \times 4 = 32$. Hasil kategorisasi dalam penelitian ini ditampilkan pada Tabel 4.4. Kategori rendah memiliki rentang skor 8–15, kategori sedang 16–29, dan kategori tinggi 30–32. Berdasarkan data tersebut, mayoritas responden berada pada kategori rendah dengan jumlah 95 responden (25%).

Selanjutnya, sebanyak 260 responden (67%) berada pada kategori sedang, dan 31 responden (8%) berada pada kategori tinggi.

Tabel 4.4 Kategorisasi *Affective Commitment Scale* (ACS)

Kategori	Skor	Frekuensi	Presentase (%)
Rendah	$X < 16$	95	25%
Sedang	$16 \leq X < 30$	260	67%
Tinggi	$30 \leq X$	31	8%

Pada tabel 4.5 menunjukkan hasil dari kategorisasi *Affective Commitment Scale* (ACS) berdasarkan kategori masa kerja. Dapat diketahui bahwa pada kategori masa kerja ≤ 2 tahun, mayoritas responden berada pada kategori rendah dengan jumlah 87 responden (23%). Sementara itu, pada kategori masa kerja > 2 tahun, mayoritas responden berada pada kategori sedang dengan jumlah 173 responden (45%). Hasil ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan, karyawan Gen Z di sektor perbankan cenderung memiliki tingkat komitmen afektif pada kategori sedang.

Tabel 4.5 Kategorisasi *Affective Commitment Scale* (ACS) berdasarkan Kategori Lama Bekerja

Kategori Lama Bekerja	Kategori			Total
	Rendah	Sedang	Tinggi	
≤ 2 tahun	87 (23%)	87 (22%)	5 (1%)	179 (46%)
> 2 tahun	8 (2%)	173 (45%)	26 (7%)	207 (54%)
Total	95 (25%)	260 (67%)	31 (8%)	386 (100%)

4.2.3 Uji Asumsi

Dalam penelitian ini, dilakukan uji asumsi yaitu uji normalitas dan homogenitas. Uji normalitas dilakukan dengan *Shapiro-Wilk* untuk mengetahui apakah data yang dimiliki dapat direpresentasikan secara akurat melalui distribusi normal. Pada tabel 4.6 merupakan hasil pengujian *Shapiro-Wilk*, diperoleh bahwa data *affective commitment* pada responden yang bekerja ≤ 2 tahun yaitu ($W=0,861$, $p=<0,001$) yang artinya data berdistribusi tidak normal. Kemudian pada data data *affective commitment* pada responden yang bekerja > 2 tahun yaitu ($W=0,747$, $p=<0,001$) yang artinya data juga berdistribusi tidak normal.

Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas

	Kategori Masa Kerja	W	p
<i>Affective Commitment</i>	≤ 2 tahun	0,861	$<0,001$
	> 2 tahun	0,747	$<0,001$

Kemudian dilakukan uji homogenitas dengan menggunakan *levene's test* dengan tujuan untuk menguji kedua varian sampel yang sama. Hasil uji homogenitas menunjukkan skor ($p=<0,001$) yang berarti data tersebut tidak homogen. Pada lampiran 3 merupakan hasil uji

homogenitas. Selanjutnya, karena data yang diperoleh tidak berdistribusi dengan normal dan tidak homogen, maka analisis statistik non-parametrik dilakukan dengan menggunakan *Mann-Whitney U Test*.

4.2.4 Uji Hipotesis

Berdasarkan hasil uji normalitas dan uji homogenitas, data yang diperoleh tidak berdistribusi normal dan tidak homogen sehingga analisis non-parametrik dilakukan menggunakan *Mann-Whitney U Test*. Analisis statistik ini dilakukan untuk menjawab hipotesis penelitian yaitu apakah terdapat perbedaan *affective commitment* pada karyawan Gen Z yang bekerja ditinjau dari lama bekerja. Pada tabel 4.7 menunjukkan hasil dari *Mann-Whitney U Test*.

Tabel 4.7 Hasil Uji Beda *Mann-Whitey U Test*

Variabel	Kategori Lama Bekerja	Mean Empirik	U	p
<i>Affective commitment</i>	≤2 tahun	18,648	7195,000	<0,001
	>2 tahun	26,517		

Uji *Mann-Whitney U Test* digunakan untuk membandingkan skor *affective commitment* terhadap organisasi pada karyawan Gen Z yang bekerja di *bank* berdasarkan lama bekerja. Berdasarkan hasil *analisis Mann-Whitney U Test*, ditemukan adanya perbedaan yang signifikan antara karyawan dengan masa kerja ≤ 2 tahun dan > 2 tahun, $U = 7195,000$, $p < 0,001$. Hasil ini menunjukkan bahwa karyawan Gen Z dengan masa kerja lebih dari 2 tahun memiliki skor komitmen afektif yang lebih tinggi ($M = 26,517$) dibandingkan dengan karyawan yang masa kerjanya kurang dari atau sama dengan 2 tahun ($M = 18,648$). Berdasarkan hasil tersebut, hipotesis null (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima, yang berarti terdapat perbedaan komitmen afektif terhadap organisasi yang signifikan pada karyawan Gen Z di sektor perbankan berdasarkan lama bekerja.

4.3 Analisis Tambahan

4.3.1 Perbedaan *Affective Commitment* berdasarkan Jenis Kelamin

Dalam menentukan perbedaan *affective commitment* berdasarkan jenis kelamin laki-laki dengan perempuan, peneliti menggunakan analisis statistik non-parametrik yaitu uji *Mann-Whitney U Test*. Penggunaan uji *Mann-Whitney U Test* dilakukan karena data yang diperoleh tidak memenuhi asumsi distribusi normal ($p < 0,001$) dan tidak bersifat homogen ($p < 0,001$). Data ditunjukkan pada tabel 4.8.

Tabel 4.8 Hasil Uji Beda *Mann-Whitey U Test* berdasarkan Jenis Kelamin

Variabel	Kategori Jenis Kelamin	U	p	N	Mean	SD
<i>Affective commitment</i>	Laki-laki	19112,500	0,615	182	23,055	7,031
	Perempuan			204	22,701	6,914

Dari hasil uji *Mann-Whitney U Test* karyawan laki-laki dan perempuan menunjukkan tidak ada perbedaan signifikan antara laki-laki dan perempuan, $U=19112,500$, $p= 0,615$ ($p>0,05$). Rata-rata skor *affective commitment* pada karyawan laki-laki sebesar $M = 23,055$ ($SD = 7,031$), sementara pada karyawan perempuan sebesar $M = 22,701$ ($SD = 6,914$). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan komitmen afektif terhadap organisasi antara karyawan Gen Z laki-laki dan perempuan di sektor perbankan.

