

BAB IV

HASIL DAN ANALISIS PENELITIAN

4.1 Gambaran Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah karyawan Generasi Z yang bekerja di sektor *Food and Beverage* (F&B) dengan rentang usia 18 hingga 27 tahun. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran *online questionnaire* yang disusun menggunakan *Google Form*. Kuesioner disebarluaskan secara *online* melalui aplikasi WhatsApp serta media sosial X (Twitter) dan Instagram. Proses pengumpulan data dilakukan dalam kurun waktu Februari 2025 hingga Mei 2025. Dari total 403 responden yang mengisi kuesioner, hanya 399 data yang dapat diproses dalam analisis penelitian. Hal ini dikarenakan adanya beberapa data *outlier* serta responden yang tidak memenuhi kriteria, seperti tidak bekerja di sektor F&B atau tidak dalam rentang usia responden penelitian.

4.1.1 Gambaran Responden Berdasarkan Data Demografis

Tabel 4.1 menunjukkan data demografis subjek penelitian yang terdiri dari karakteristik jenis kelamin, latar belakang pendidikan, posisi pekerjaan, level pekerjaan dan lama bekerja subjek. Responden dalam penelitian ini berjumlah 399 orang yaitu karyawan Gen Z yang bekerja pada sektor *Food and Beverage* (F&B). Rentang usia subjek berada diantara 18 hingga 27 tahun, yang merupakan kelompok Gen Z yang sudah bekerja secara legal. Sebanyak 54,64% merupakan laki-laki dan 45,36% perempuan. Mayoritas responden memiliki latar belakang pendidikan SMA atau SMK (65,16%), hal ini diikuti oleh lulusan D1-D4 (19,55%), S1 (14,54%) dan S2 (0,75%). Dilihat dari sisi level pekerjaan, sebagai besar responden berada pada level *staff* (62,41%) diikuti oleh *senior staff* (15,79%). Berdasarkan lama bekerja 46,87% responden telah bekerja selama 1 – 3 tahun, 27,57% bekerja kurang dari 1 tahun dan sebanyak 25,56% sudah bekerja lebih dari 3 tahun.

Tabel 4. 1 Gambaran Subjek Berdasarkan Data Demografis (N=399)

Variabel	Frekuensi	Persentase (%)
Jenis kelamin		
Laki-laki	218	54,64
Perempuan	181	45,36
Latar belakang pendidikan		
SMA/SMK	260	65,16
D1 – D4	78	19,55
S1	58	14,54
S2	3	0,75
Level Pekerjaan		
Manager	19	4,76
Assistant Manager	12	3,01
Supervisor	56	14,03
Senior Staff	63	15,79
Staff	249	62,41
Lama bekerja		
1 – 3 tahun	187	46,87
< 1 tahun	110	27,57
>3 tahun	102	25,56

4.2 Analisis Utama Penelitian

4.2.1 Gambaran Variabel *Organizational Commitment*

Tabel 4.2 menunjukkan gambaran variabel *organizational commitment* dan masing-masing komponennya. Variabel *organizational commitment* (OC) secara keseluruhan menunjukkan nilai mean empirik sebesar 55,642, yang berada di atas mean teoritik sebesar 48. Perbedaan antara mean empirik dengan mean teoritik berada dibawah dari standar deviasi 8,439. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden berada di sekitar nilai rata-rata tersebut. Artinya secara umum, karyawan Gen Z di sektor F&B memiliki tingkat *organizational commitment* yang sedang. OC dalam penelitian ini terbagi dalam tiga komponen yaitu *affective commitment*, *continuance commitment* dan *normative commitment* yang masing-masing mencerminkan aspek yang berbeda-beda dalam komitmen terhadap organisasi.

Pada Tabel 4.2 *Affective commitment* menunjukkan mean empirik sebesar 21,607 dari mean teoritik 18, dengan standar deviasi sebesar 3,907. Perbedaan

antara kedua mean berada dibawah standar deviasi. Hasil ini menunjukkan tidak ada perbedaan yang signifikan antara mean empirik dengan teoritik dan tingkat *affective commitment* dinyatakan sedang. Nilai *continuance commitment* terdapat nilai mean empirik 25,629 dan mean teoritik sebesar 21. Perbedaan lebih besar dari standar deviasi 4,564. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat *continuance commitment* dinyatakan tinggi. Komponen *normative commitment* memiliki mean empirik 8,406 sedikit dibawah mean teoritik yaitu 9 dengan standard deviation 2,240. Perbedaan antara mean empirik dan mean teoritik berada dibawah standar deviasi. Hal ini menunjukkan bahwa rasa kewajiban moral berada di tingkat sedang dan mean empirik tidak jauh berbeda dari mean teoritik.

Tabel 4. 2 Statistik Deskriptif Variabel *Organizational Commitment*

Variabel	Mean Teoritik	Mean Empirik	Standar Deviasi	Min	Max
<i>Organizational Commitment</i>	48	55,642	8,439	30	76
<i>Affective Commmtiment</i>	18	21,607	3,907	8	30
<i>Continuance Commitment</i>	21	25,629	4,564	13	35
<i>Normative Commitment</i>	9	8,406	2,240	3	14

Untuk memperoleh gambaran yang komprehensif mengenai tingkat komitmen organisasi pada karyawan Gen Z, penting untuk tidak hanya melihat masing-masing komponen komitmen secara terpisah tetapi tingkat komitmen identifikasi dari kombinasi ketiga komponen tersebut. Berdasarkan Allen dan Meyer (1990), ketiga komponen *orgnizational commitment* dapat dialami seorang karyawan dalam tingkat yang berbeda-beda. Oleh karena itu, jumlah bersih atau "net sum" komitmen seseorang terhadap organisasi dilihat dari masing-masing tingkat komponen. Tingkat komponen komitmen dibagi menjadi dua yaitu, tinggi dan rendah.

Contohnya, seorang karyawan bisa merasa berkewajiban tinggi untuk bertahan dan sadar akan kerugian yang ada jika keluar dari perusahaan, tapi tidak memiliki ketertarikan emosional terhadap tempat kerja. Artinya, karyawan tersebut

mempunyai *normative* dan *continuance commitment* namun tidak memiliki *affective commitment*. Sebaliknya, karyawan lain mungkin memiliki *affective commitment* namun tidak mempunyai *continuance* atau *normative commitment*, dan sebagainya. Oleh karena itu, untuk mendapatkan gambaran deskriptif *organizational commitment* pada Gen Z yang bekerja di F&B, perlu dilihat dari tingkat komponen berdasarkan masing – masing kombinasi komitmen.

Berdasarkan kerangka tersebut, terdapat 7 jenis kombinasi komitmen yang dapat ditemukan pada responden yaitu, *affective commitment* (AC), *continuance commitment* (CC), *normative commitment* (NC), *affective* dan *continuance commitment* (AC & CC), *affective* dan *normative commitment* (AC & NC), *continuance* dan *normative commitment* (CC & NC), dan ketiga komponen *affective*, *continuance* serta *normative commitment* (AC & CC & NC). Sementara itu kelompok kedelapan yaitu karyawan yang tidak memiliki score tinggi pada ketiganya (No C) juga dianalisis sebagai kelompok dengan komitmen rendah secara keseluruhan. Seluruh kombinasi ini terdapat pada Tabel 4.3.

Untuk memperoleh frekuensi masing-masing kombinasi secara akurat, diperlukan proses standarisasi skor dengan menggunakan *Z-score*. Hal ini dilakukan karena jumlah item pada masing-masing skala komitmen berbeda-beda, sehingga penggunaan skor mean secara mentah akan menghasilkan perbandingan yang tidak setara. Dengan melakukan transformasi ke dalam *Z-score*, seluruh skor distandarkan ke dalam skala yang sama, sehingga memungkinkan analisis perbandingan antara komponen secara setara.

Hasil menunjukkan bahwa nilai *Z-score affective commitment* berada dalam rentang -3,483 – 2,148, *continuance commitment* berada pada -2,767 – 2,053 dan *normative commitment* -2,414 – 2,498. Responden yang dinyatakan mempunyai komitmen yang tinggi, mendapat *Z-score* diatas 0. Sedangkan *Z-score* dibawah 0 menyatakan tingkat komitmen yang rendah pada responden. Tabel 4.3 menunjukkan hasil kombinasi komitmen responden dengan berdasarkan *Z-score*.

Tabel 4. 3 Hasil Kombinasi Komitmen Responden berdasarkan *Z-score*

Kombinasi komitmen	Frekuensi	%
AC	50	12,531
CC	28	7,018
NC	43	10,777
AC & CC	49	12,281
AC & NC	26	6,516
CC & NC	13	3,258
AC & CC & NC	109	27,318
No C	81	20,301

Hasil analisis menggunakan *Z-score* pada masing-masing komponen *organizational commitment* menunjukkan bahwa sebanyak 109 atau 27,3% responden memiliki ketiga komponen komitmen dalam tingkat yang tinggi (*affective*, *continuance* dan *normative commitment*). Hal ini menyatakan bahwa mayoritas dari karyawan Gen Z memiliki *organizational commitment* yang tinggi secara keseluruhan. Akan tetapi, didapati 20,3% responden ditemukan tidak menunjukkan komitmen yang tinggi pada ketiga komponen, menandakan potensi ketidakterikatan baik secara emosional, rasional dan moral terhadap tempat kerja.

Mayoritas responden memiliki kombinasi *affective commitment* baik secara tunggal (12,5%) maupun saat digabungkan dengan komponen lain, *continuance* (12,3%) dan *normative* (6.5%). Hal ini memperlihatkan bahwa ketertarikan emosional terhadap organisasi merupakan hal utama dalam komitmen Gen Z. Di sisi lain, pada komponen komitmen lainnya menunjukkan jumlah yang lebih rendah, *continuance* (7%) dan *normative* (10,8%). Nilai terendah didapati pada kombinasi gabungan dari *continuance* dan *normative* sebesar 3,3%. Hal ini menunjukkan bahwa tidak banyak Gen Z yang merasa berkewajiban tinggi untuk bertahan dan merasa rugi jika keluar dari perusahaan.

4.2.2 Gambaran Variabel *Occupational Self-Efficacy*

Hasil analisis deskriptif pada Tabel 4.4 yang diperoleh menyatakan bahwa nilai mean teoritik untuk variabel *occupational self-efficacy* (OSE) adalah 18. Adapun mean empirik sebesar 25,895 dengan standar deviasi sebesar 3.209. Jika dibandingkan dengan mean teoritik, maka mean empirik OSE berada jauh di atas

rata-rata teoritis dan jauh melebihi standar deviasi, menunjukkan bahwa secara umum para karyawan Gen Z di sektor F&B memiliki tingkat kepercayaan diri yang tinggi dalam menyelesaikan tugas-tugas pekerjaan mereka.

Meskipun demikian, adanya skor minimum yang mencapai 6 mengindikasikan bahwa sebagian kecil responden yang memiliki tingkat OSE yang sangat rendah. Sementara skor maksimum 30 menunjukkan bahwa ada pula karyawan yang memiliki OSE yang maksimal. Hal ini menunjukkan adanya keberagaman tingkat kepercayaan diri di jalan Gen Z saat bekerja. Secara keseluruhan, hasil statistik deskriptif memberikan gambaran bahwa mayoritas karyawan Gen Z di sektor F&B memiliki persepsi positif terhadap kemampuan kerja mereka.

Tabel 4. 4 Statistik Deskriptif Variabel *Occupational Self-efficacy*

Variabel	Mean Teoritik	Mean Empirik	Standar Deviasi	Min	Max
<i>Occupational Self-Efficacy</i>	18	25,895	3.209	6	30

4.3 Uji Asumsi

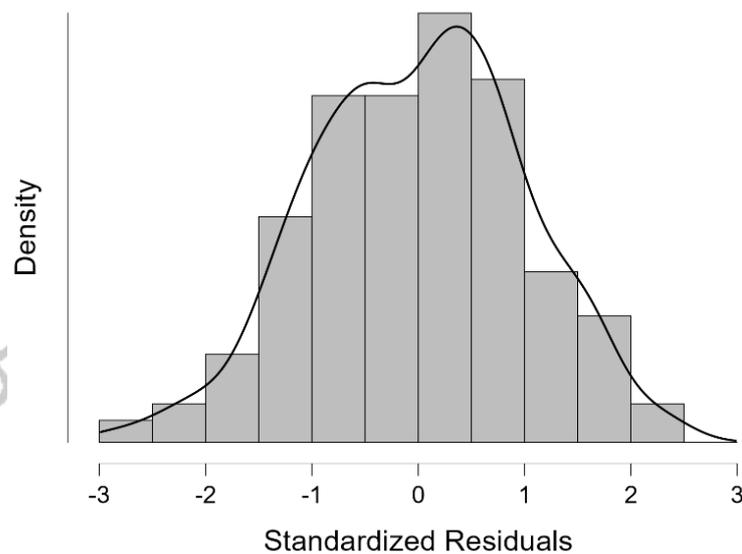
Peneliti melaksanakan empat pengujian asumsi statistik, yaitu uji normalitas (*normality*), homoskedastisitas (*homoscedasticity*), linearitas (*linearity test*), dan independensi eror (*independence of errors*), guna memastikan bahwa data terdistribusi secara normal. Apabila keempat asumsi tersebut terpenuhi, maka uji hipotesis dapat dilakukan dengan menggunakan uji regresi linear.

4.3.1. Uji Normalitas

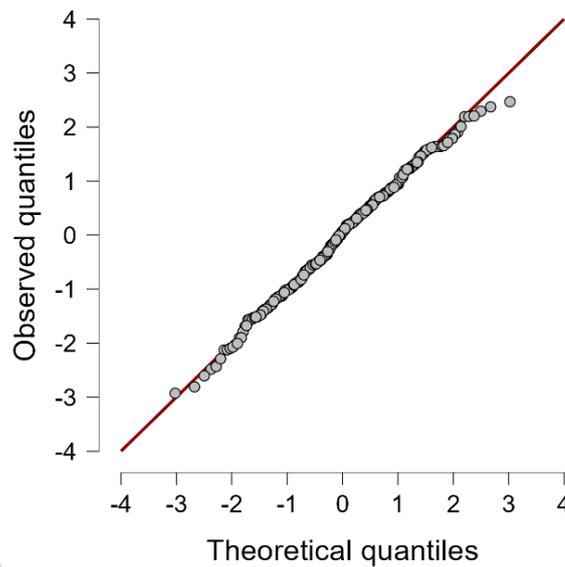
Kolmogorov–Smirnov digunakan sebagai metode untuk uji normalitas. dalam penelitian ini dilakukan menggunakan metode, yang sesuai digunakan apabila jumlah responden $n \geq 50$ (Mishra et al., 2019) Karena jumlah responden dalam penelitian ini adalah 399 orang, maka metode Kolmogorov–Smirnov digunakan untuk melihat apakah data terdistribusi normal. Berdasarkan hasil pengujian terhadap variabel dependen yaitu *Organizational Commitment*, diperoleh

nilai $S = 0,077$ dan $p < 0,05$. Hasil uji normalitas ini yang mengindikasikan bahwa data tidak terdistribusi normal menurut uji statistik.

Meskipun demikian, inspeksi visual melalui histogram dan *Q-Q plot* menunjukkan bahwa penyebaran data masih mendekati normal (Goss-Sampson, 2020). Histogram pada Gambar 4.1 menunjukkan bahwa distribusi terlihat hampir simetris. *Q-Q plot* pada Gambar 4.2 memberikan visual bahwa titik-titik berada dekat dengan garis referensi diagonal. Walaupun secara visual hasil yang diperoleh dapat dinyatakan sudah terdistribusi dengan normal, secara statistik uji normalitas tidak terpenuhi. Oleh karena itu uji asumsi lainnya tidak dilakukan dan analisis regresi linier sederhana tetap tidak dapat untuk digunakan sebagai metode pengujian hipotesis dalam penelitian ini. Peneliti menggunakan uji hipotesis regresi logistik untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara *Occupational Self-Efficacy* terhadap *Organizational Commitment*.



Gambar 4. 1 Histogram Uji Normalitas



Gambar 4. 2 Q-Q Plot Uji Normalitas

4.4 Uji Hipotesis

Uji normalitas sebelumnya menunjukkan bahwa data *organizational commitment* tidak terdistribusi dengan normal, sehingga analisis regresi linier tidak dapat digunakan (Goss-Sampson, 2020). Oleh karena itu, peneliti menggunakan regresi logistik untuk menguji pengaruh *occupational self-efficacy* terhadap komponen *organizational commitment* yaitu: *affective* (AC), *continuance* (CC), dan *normative commitment* (NC) pada karyawan Gen Z yang bekerja di sektor F&B. Tabel 4.5 memperlihatkan hasil uji regresi logistik *occupational self – efficacy* terhadap tiga komponen *organizational commitment*.

Tabel 4. 5 Hasil Uji Regresi Logistik *Occupational Self-Efficacy* terhadap *Affective*, *Continuance*, dan *Normative commitment*

	Odds-Ratio	X ²	df	p	Sensitivity	Nagelkerke R ²	Specificity
AC	1,163	19,040	397	<0,001	0,893	0,063	0,261
CC	1,093	7,315	397	0,007	0,658	0,024	0,445
NC	0,933	4,589	397	0,032	0,319	0,015	0,755

4.4.1 Uji Hipotesis 1: Uji Regresi Logistik pengaruh *Occupational Self-Efficacy* terhadap *Affective Commitment*

Berdasarkan hasil uji normalitas yang menunjukkan bahwa data *affective commitment* tidak terdistribusi normal ($p < 0,05$), regresi logistik digunakan untuk

menguji pengaruh *occupational self-efficacy* (OSE) terhadap *affective commitment* (AC) pada karyawan Gen Z. Dalam regresi logistik skor total *affective commitment* dikategorikan menjadi dua kelompok berdasarkan nilai mean empiris sebesar 21,607, yaitu kategori skor tinggi dengan kode 1 (diatas 21,607) dan skor rendah dengan skore 0 (dibawah atau sama dengan 21,607).

Hasil regresi logistik menunjukkan bahwa *occupational self-efficacy* (OSE) berpengaruh signifikan terhadap *affective commitment* (AC) dengan nilai $X^2(397) = 19,040$, $p < 0,001$. Nilai Nagelkerke R^2 sebesar 0,063 mengindikasikan bahwa OSE menjelaskan sekitar 6,3% variabilitas pada AC. Sedangkan terdapat 93,7% faktor lain yang tidak dilakukan diteliti pada penelitian ini. Model regresi ini memiliki akurasi sensitivitas sebesar 89,3% dalam memprediksi kategori AC yang tinggi dan spesifitas sebesar 26,1%.

Lebih lanjut, hasil analisis pada Tabel 4.5 menunjukkan bahwa OSE berpengaruh positif dan signifikan terhadap AC dengan nilai *odds ratio* = 1,163 ($p < 0,001$). Artinya setiap peningkatan satu skor dalam OSE akan meningkatkan individu untuk memiliki AC sebesar 1,163 kali. *Odds ration* lebih besar dari 1 menunjukkan hubungan positif sementara *odds ratio* lebih kecil dari 1 menunjukkan hubungan negatif (Goss-Sampson, 2020). Hasil ini menunjukkan bahwa karyawan Gen Z yang memiliki tingkat kepercayaan diri tinggi terhadap kemampuannya dalam bekerja cenderung memiliki keterikatan emosional yang lebih tinggi terhadap organisasi.

4.4.2 Uji Hipotesis 2: Uji Regresi Logistik pengaruh *Occupational Self-Efficacy* terhadap *Continuance Commitment*

Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa data penelitian tidak terdistribusi secara normal ($p < 0,05$). Oleh karena itu, uji regresi logistik digunakan sebagai pengganti uji regresi linear untuk melihat pengaruh *occupational self-efficacy* (OSE) terhadap *continuaunce commitment* (CC) terhadap karyawan Gen Z di sektor F&B. Skor total CC dibagi ke dalam dua kategori berdasarkan nilai mean empirik 25,63. Kategori skor total CC lebih dari 25,63 diberikan kode 1 dan skor dibawah 25,63 diberikan kode 0.

Hasil regresi logistik menunjukkan bahwa *occupational self-efficacy* (OSE) berpengaruh signifikan terhadap *continuance commitment* (CC) dengan nilai $X^2(397) = 7,315$, $p = 0,007$. Nilai Nagelkerke R^2 sebesar 0,024 mengindikasikan bahwa 2,4% variasi pada CC dapat dijelaskan oleh OSE. Sedangkan 97,6% berasal dari faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Meskipun kontribusinya tergolong kecil, model regresi memiliki akurasi sensitivitas sebesar 65,8% dan spesifisitas sebesar 44,5 % dalam memprediksi data.

Selain itu, hasil analisis menunjukkan bahwa OSE memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap OSE dengan nilai *odds ratio* sebesar 1,093 ($p = 0,010$). Hubungan yang positif dilihat dari *odds ratio* yang lebih besar dari 1 dan hubungan yang negative dilihat dari nilai *odds ratio* yang lebih kecil dari 1 (Goss-Sampson, 2020). Temuan analisis dapat diartikan bahwa setiap peningkatan satu skor pada OSE meningkatkan kemungkinan individu memiliki CC sebesar 1,093 kali. Hasil ini mendukung hipotesis bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan dari OSE terhadap CC pada karyawan Gen Z. Dengan kata lain, keyakinan terhadap kemampuan kerja dapat memperkuat pertimbangan nilai kualitatif dan ketertarikan dari meninggalkan organisasi.

4.4.3 Uji Hipotesis 3: Uji Regresi Logistik pengaruh *Occupational Self-Efficacy* terhadap *Normative Commitment*

Hasil uji normalitas yang tidak menunjukkan data terdistribusi normal ($p < 0,05$), menyebabkan regresi linear tidak dapat digunakan. Oleh karena itu, regresi logistik digunakan untuk menguji pengaruh *occupational self-efficacy* (OSE) terhadap *normative commitment* (NC) pada karyawan Gen Z di sektor F&B. Sebelum regresi logistik dilakukan, skor total NC dikategorikan menjadi 2 kelompok berdasarkan mean empirik 8,406, dengan kode 1 untuk skor diatas mean dan kode 0 untuk skor dibawah mean.

Hasil regresi logistik menunjukkan bahwa *occupational self-efficacy* (OSE) berpengaruh signifikan terhadap *normative commitment* (NC) dengan nilai $X^2(397) = 4,589$, $p = 0,032$. Nilai Nagelkerke R^2 sebesar 0,015 mengindikasikan bahwa hanya 1,5% variasi dalam NC dapat dijelaskan oleh OSE. Sedangkan 98,5% merupakan faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Artinya

pengaruh OSE terhadap variabilitas NC sangat kecil. Sensitivitas model dalam memprediksi kategori NC sebesar 31,9% dan spesifisitas sebesar 75,5%.

Terlebih lagi, *odds ratio* sebesar 0,933 dalam hasil analisis ini menunjukkan bahwa OSE memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap NC. Nilai *odds ratio* dibawah 1 menunjukkan hubungan negatif sementara *odds ratio* diatas 1 menyatakan hubungan positif (Goss-Sampson, 2020). *Odds ratio* sebesar 0,933 dapat diartikan bahwa setiap peningkatan satu skor OSE justru akan menurunkan kemungkinan individu untuk memiliki NC. Oleh karena itu, meskipun model regresi didapati signifikan secara statistik ($p = 0,049$), pengaruh ini dinyatakan sangat kecil dengan arah hubungan yang negatif, berbeda dengan dua dimensi sebelumnya.

4.5 Analisis Tambahan

4.5.1 Uji Regresi Logistik pengaruh *Occupational Self-Efficacy* dan Karakteristik Demografis terhadap *Affective Commitment*

Guna melihat adanya pengaruh *occupational self-efficacy* dan karakteristik demografis (jenis kelamin, pendidikan terakhir, posisi kerja, level kerja dan masa kerja) terhadap komponen *affective commiment*, *logistics regression* dilakukan sebagai analisis tambahan dalam penelitian ini. Hasil uji regresi logistik pengaruh *occupational self-efficacy*, jenis kelamin, pendidikan terakhir, posisi kerja, level kerja dan masa kerja terhadap *affective commitment* terdapat pada Tabel 4.6.

Tabel 4. 6 Hasil Uji Regresi Pengaruh *Occupational Self-Efficacy*, Jenis Kelamin, Pendidikan Terakhir, Level Kerja dan Masa Kerja terhadap *Affective Commitment*

Model	X ²	df	Odds-Ratio	Nagelkerke R ²	p
H ₁	3,067	394		0,010	
<i>Occupational Self-Efficacy</i>			1,216		< 0,001
Jenis kelamin			0,880		0,542
Latar belakang pendidikan			1,419		0,144
Level pekerjaan			0,958		0,859
Lama bekerja			1,048		0,843

^aLaki-laki=1, Perempuan=0

^bTinggi (D –S2)=1, Rendah (SMA/SMK)=0

^cSenior *staff* –Manager=1, *staff*=0

^dLebih dari 1 tahun=1, Kurang dari 1 tahun=0

Uji regresi logistik biner dilakukan untuk mengetahui pengaruh *occupational self-efficacy* dan variabel demografis yang terdiri dari jenis kelamin, latar belakang pendidikan, level pekerjaan, dan lama bekerja terhadap *affective commitment* pada karyawan Generasi Z di sektor *Food and Beverage* (F&B). Uji ini difokuskan pada komponen *affective commitment* saja, sesuai dengan teori Allen dan Meyer (1990) yang menyatakan bahwa *affective commitment* dipengaruhi oleh karakteristik pribadi individu, walaupun dinyatakan bahwa secara demografis pengaruhnya tidak konsisten bahkan tidak signifikan. Selain itu, komponen *continuance* dan *normative commitment* tidak berkembang dari faktor-faktor tersebut. Hasil regresi logistik menunjukkan bahwa karakteristik demografis tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *affective commitment* (AC) dengan nilai dengan nilai $X^2(394) = 3,067$, $p > 0,05$, yang berarti bahwa kombinasi prediktor dalam model ini tidak secara signifikan meningkatkan kemampuan model dalam memprediksi *affective commitment*. Nilai Nagelkerke R^2 sebesar 0,010 menunjukkan bahwa model hanya mampu menjelaskan sebesar 1,0% variasi pada *affective commitment*.

Namun, dari seluruh variabel bebas yang diuji, hanya *occupational self-efficacy* yang menunjukkan pengaruh signifikan ($p < 0,001$), dengan nilai *odds ratio* sebesar 1,216. Hal ini berarti bahwa setiap peningkatan satu unit pada skor *occupational self-efficacy* meningkatkan peluang individu untuk memiliki *affective commitment* yang tinggi sebesar 21,6%. Sebaliknya, variabel jenis kelamin ($p = 0,542$), latar belakang pendidikan terakhir ($p = 0,144$), level pekerjaan ($p = 0,859$), dan lama bekerja ($p = 0,843$) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *affective commitment*. Temuan ini mengindikasikan bahwa dibandingkan dengan karakteristik demografis, sumber daya psikologis internal seperti *occupational self-efficacy* memiliki peranan yang lebih besar dalam membentuk *affective commitment* pada karyawan Generasi Z di sektor F&B.