

ABSTRAK

Pengaruh *Occupational Self-Efficacy* Terhadap *Organizational Commitment* Pada Gen Z Yang Bekerja Di Sektor F&B

Sharel Giovana Putri¹⁾, Gita Widya Laksmi Soerjoatmodjo MA., M.Psi., Psikolog²⁾

¹⁾ Student of Psychology Department, Universitas Pembangunan Jaya

²⁾ Lecturer of Psychology Department, Universitas Pembangunan Jaya

Sektor makanan dan minuman (F&B) di Indonesia terus mengalami pertumbuhan pesat dan tetap memerlukan tenaga kerja manusia meskipun terjadi digitalisasi. Generasi Z (Gen Z), sebagai kelompok terbesar dalam angkatan kerja saat ini, mendominasi sektor ini. Namun, rendahnya komitmen organisasi dan tingginya intensi untuk resign menjadi isu penting. Salah satu faktor psikologis yang dapat memengaruhi *organizational commitment* adalah *occupational self-efficacy*, yaitu keyakinan individu terhadap kemampuannya dalam menjalankan tugas kerja secara efektif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *occupational self-efficacy* terhadap *organizational commitment*, khususnya tiga komponennya: *affective*, *continuance*, dan *normative commitment*. Penelitian dilakukan pada 399 responden Gen Z yang bekerja di sektor F&B dengan teknik *convenience sampling*. Hasil regresi logistik menunjukkan bahwa *occupational self-efficacy* berpengaruh positif signifikan terhadap *affective* dan *continuance commitment*, namun berpengaruh negatif signifikan terhadap *normative commitment*. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *occupational self-efficacy*, semakin kuat keterikatan emosional dan pertimbangan biaya untuk bertahan, namun justru menurunkan kewajiban moral untuk tetap tinggal. Hasil penelitian ini memperlihatkan dinamika psikologis Gen Z dalam dunia kerja serta pentingnya penguatan kesiapan kerja.

Kata Kunci: *Food and Beverage, Gen Z, Organizational Commitment, Occupational Self-Efficacy*

Pustaka : 70

Publication Years : 1979-2025