



4.84%

SIMILARITY OVERALL

SCANNED ON: 23 JUL 2024, 4:07 PM

Similarity report

Your text is highlighted according to the matched content in the results above.

● CHANGED TEXT 4.84% ● QUOTES 0.87%

Report #22130881

8 BAB I PENDAHULUAN 1.1 Latar Belakang Generasi Z (Gen Z) merupakan generasi yang sudah sangat terbiasa bahkan ketika mereka lahir dunia teknologi sudah berada dalam genggaman mereka. Generasi ini terbiasa tumbuh dan terhubung dengan segala hal, generasi ini juga sudah terbiasa dengan adanya perubahan yang terus menerus (Magee, 2020). Gen Z lahir pada tahun 1995 – 2010, Generasi (Gen Z) dikenal sebagai generasi yang tidak kenal perjuangan, praktis, lebih cerdas daripada bijaksana, lebih gesit, tidak sabar, terus mencari tantangan baru, dan tidak takut dengan adanya perubahan yang terus- menerus (Bencsik et al., 2016). Gen Z juga didefinisikan sebagai generasi yang sangat ambisius, percaya diri, realistis, menerima apapun yang diberikan, termotivasi dengan menemukan pekerjaan impian dan peluang untuk mengembangkan keterampilan mereka (Benítez-Márquez et al., 2022). 4 Data yang didapatkan dari Badan Pusat Statistik (BPS), berdasarkan hasil sensus penduduk di Indonesia pada tahun 2020 menunjukkan bahwa jumlah penduduk yaitu sebanyak 270,2 juta jiwa, proporsi Gen Z mencapai 27,94% (Katingka, 2023). Berdasarkan rentang tahun Gen Z yaitu, tahun 1995 – 2010 usia tertentu Gen Z adalah 24 – 25 tahun dan termasuk dalam kategori usia kerja. Selain itu, hasil survei angkatan kerja nasional tahun 2022 menunjukkan bahwa sekitar 68,63% angkatan kerja Indonesia diisi oleh generasi milenial dan Gen Z (Hanifah & Sali, 2023). Kedatangan Gen

REPORT #22130881

Z dalam dunia kerja, membuat para pengusaha mempersiapkan diri. Perbedaan sifat antar generasi atau kelompok dapat mempengaruhi perusahaan maupun organisasi (Schroth, 2019). Perbedaan sifat ini bisa dilihat dari Generasi Y yang dimana sebagian besar dari generasi ini sudah hadir di dalam dunia kerja, mereka sudah mempunyai gelar sarjana dan bekerja sama dengan banyak orang dari generasi X dan dikenal “ multitasking ” atau dapat mengerjakan beberapa tugas dalam s atu waktu, mereka sudah tahu apa yang mereka inginkan, mereka juga sudah terbiasa dalam membuat keputusan atau bertindak sesuai untuk mencapai tujuan tersebut (Bencsik et al., 2016). Selain itu, Bagi Generasi Y interaksi sosial merupakan hal yang cukup penting untuk dilakukan dan keinginan untuk mengembangkan karir mereka sangat cepat. Generasi Y juga mempunyai beberapa sifat negatif yaitu individualis, egosentris dan mudah merasa bosan (Napitupulu, 2018). Sedangkan Gen Z mempunyai karakteristik “ the dialoguer ”, dialog menjadi hal ya ng penting bagi Gen Z untuk saling berinteraksi maupun menyelesaikan masalah (Beryl, 2022). Selain itu, Gen Z sangat suka dengan adanya perubahan, mereka tumbuh dengan pesatnya arus infomasi yang ada di media sosial. Hal ini yang membuat mereka sangat suka menjadi aktivis dan mencari pekerjaan yang dapat memberikan kontribusi (Sanjaya & Wadrianto, 2022). Menurut Savira (2022) karakteristik Gen Z lainnya

REPORT #22130881

ialah ingin sekali di dengarkan. Gen Z merasa bahwa ide dan pendapat mereka ini penting dan sama berharganya dengan generasi lain di tempat kerja. Generasi muda ditempat kerja mengatakan bahwa pemimpin mereka harus mendengarkan ide-ide mereka sebanyak 90% (Kobie, 2023). Kesenjangan antara seorang pemimpin dan karyawan Gen Z dapat dikelompokkan ke dalam salah satu dari tiga kategori: kesenjangan pengetahuan, keselarasan, atau eksekusi. Kesenjangan pengetahuan menggambarkan para bos yang tidak sepenuhnya memahami apa yang diinginkan Gen Z. Kesenjangan keselarasan menggambarkan atasan memahami apa yang diinginkan Gen Z tetapi tidak menyetujuinya. Kesenjangan pelaksanaan menggambarkan kedua kelompok sepakat bahwa suatu perubahan diperlukan namun kurang jelas tentang bagaimana mewujudkan perubahan tersebut (Dunlop & Pankowski, 2023). Salah satu kontribusi yang dapat diberikan karyawan ialah dengan memberikan gagasan, informasi dan juga ide, kepada seseorang yang dianggap mempunyai wewenang dalam sebuah perusahaan atau organisasi (Ibrahim & Salendu, 2020). Komunikasi yang bersifat informal dan kebebasan karyawan atas ide, gagasan, saran, kekhawatiran maupun pendapat mengenai isu – isu terkait pekerjaan disebut dengan voice behavior (Morrison, 2023). Morrison berpendapat bahwa VB merupakan komunikasi yang informal dikarenakan yang pertama, terjadi baik secara tatap muka atau melalui email kepada atasan, bukan

REPORT #22130881

melalui saluran formal seperti sistem saran atau prosedur pengaduan. Kedua, diskresi artinya bersifat sukarela atau tidak diminta. Ketiga, ini tentang perubahan maupun perbaikan, penilaian ulang terhadap keputusan atau prosedur, atau penanganan masalah atau kekhawatiran (Morrison, 2023) Voice Behavior (VB) merupakan segala upaya untuk mencoba memperbaiki kondisi saat ini, dan mencakup berbagai perilaku: menyampaikan permasalahan kepada atasan, melakukan upaya untuk mengubah kondisi kerja, bekerja lebih keras, meminta nasihat rekan kerja tentang apa yang harus dilakukan, atau menghubungi lembaga luar untuk mendapatkan bantuan dalam mengubah kondisi kerja (Morrison, 2011). Voice behavior mempunyai pengaruh yang positif bagi organisasi maupun perusahaan, hal ini dapat terjadi dikarena adanya cara baru maupun inovasi, serta dapat mengarahkan pada permasalahan perlu ditangani dan memperbaiki (Lepine & Van Dyne, 1998). Namun pada kenyataanya saat Gen Z melakukan VB, mereka terhalang oleh atasan mereka mengharapakan bahwa Gen Z harus berdedikasi terlebih dahulu sebelum menyampaikan pendapatnya (Kobie, 2023). Liang et al. (2012) mengungkapkan karyawan yang mempunyai voice behavior yang tinggi secara proaktif memberikan saran, mengusulkan ide-ide, melaporkan adanya masalah dan berani menyuarakan pendapat yang dapat mempengaruhi efisiensi unit kerja. Sedangkan karyawan yang mempunyai voice behavior yang rendah sebaliknya

REPORT #22130881

tidak aktif dalam menyampaikan ide, saran dan pendapat bahkan cenderung diam dan tidak peduli dengan situasi di perusahaan. Peneliti menemukan penelitian yang dilakukan oleh Rhodes et al., 2021 penelitian ini melibatkan 102 partisipan dari pihak manajemen dan staf. Hasil penelitian ini menunjukkan managerial openness dapat mengurangi jarak kekuasaan bawahan dan juga atasnya. Hal ini akan mengurangi rasa kekhawatiran bawahan terhadap atasan sehingga karyawan dapat menyuarakan pendapatnya. Karyawan yang merasa tidak didengarkan, mereka tidak akan merasa diberdayakan untuk berkontribusi dalam pengambilan keputusan dan memberikan masukan yang berharga (Wong, 2020), Rasa pemberdayaan ini mendorong dan memotivasi karyawan untuk menyuarakan suaranya agar didengar demi tujuan pengambilan keputusan dan demi kemajuan organisasi (Morrison, 2011). Rasa pemberdayaan bisa disebut juga dengan psychological empowerment . Psychological empowerment adalah persepsi kontrol yang dimiliki oleh individu maupun karyawan atas pekerjaan dan lingkungan kerja mereka yang diselaraskan dengan nilai-nilai serta keyakinan pekerjaan mereka, dan keyakinan yang diberikan oleh pemberi kerja (Spreitzer, 1995). Pemberdayaan karyawan merupakan satu hal penting, karena perusahaan yang mempunyai karyawan yang cepat, mandiri dan tanggap akan membawa keunggulan bagi perusahaan (Gunawan & Viyanita, 2012). Menurut Spreitzer (1995).

REPORT #22130881

mengungkapkan karyawan yang mempunyai psychological empowerment yang tinggi ditandai dengan karyawan yang merasa bahwa pekerja yang ia lakukan sangat penting dan bermakna, yakin akan kemampuan yang dimiliki, mampu menyelesaikan pekerjaan, mandiri, mempunyai pengaruh serta kendali terhadap perusahaan. Sebaliknya karyawan psychological empowerment yang rendah tidak merasa bahwa pekerjaannya penting dan bermakna, tidak yakin dengan kemampuan yang dimilikinya, tidak mampu menyelesaikan pekerjaan dengan baik dan tidak mempunyai pengaruh maupun kendali terhadap perusahaan. Peneliti juga melakukan wawancara kepada empat narasumber karyawan Gen Z yang sudah bekerja. Wawancara ini dilakukan untuk lebih mendalami fenomena terkait voice behavior dan psychological empowerment . Narasumber F merupakan seorang karyawan yang sudah bekerja selama 7 bulan sebagai koordinator marketing communication di sebuah hotel. Narasumber A merupakan seorang reporter yang sudah bekerja selama 1 tahun di sebuah perusahaan media. Narasumber C merupakan karyawan yang bekerja dalam divisi budgeting selama 3 tahun di perusahaan perbankan. Terakhir narasumber S yang bekerja selama 1 tahun sebagai executive sales marketing di perusahaan retail . Subjek F mengatakan bahwa ia tidak mempunyai kontrol yang cukup besar dalam pekerjaannya. Hal ini terjadi karena atasan dari narasumber F tidak memberikan kebebasan dalam mengerjakan tugas yang diberikan, narasumber

REPORT #22130881

F harus mengikuti arahan yang diberikan dan tidak memberikan kesempatan kepada narasumber F untuk berinovasi. Narasumber F juga pernah memberikan saran kepada atasan agar dapat menyelesaikan pekerjaan lebih efektif, namun tidak didengarkan oleh atasannya yang mengakibatkan narasumber harus mengerjakan pekerjaan dua kali dan membuat pekerjaan selesai lebih lama serta budget yang lebih besar. Hal ini juga yang membuat narasumber F enggan untuk mengungkapkan ide, saran, maupun berpendapat karena merasa bahwa pendapatnya tidak akan didengarkan. Saat pengambilan keputusan narasumber F juga tidak dilibatkan. Hal ini terkadang membuatnya merasa posisinya sebagai koordinator tidak berjalan dengan baik. Namun berbeda dengan narasumber A, ia mempunyai kendali yang sangat baik dalam pekerjaannya. Sebagai reporter narasumber A mempunyai pengaruh yang cukup besar dalam pekerjaannya. Atasan dari narasumber A juga memberikan kesempatan kepada narasumber untuk mengambil keputusan saat melakukan liputan. Ketika situasi di lapangan tidak sesuai dengan informasi yang diberikan oleh atasan, narasumber A dapat menentukan liputan tersebut akan tetap berjalan atau tidak. Hal ini membuat narasumber A dapat memberikan pendapat, saran maupun ide kepada atasannya agar mendapatkan hasil liputan yang memuaskan dan akan berdampak baik bagi perusahaan. Narasumber C merasakan bahwa ia mempunyai peranan yang penting serta

REPORT #22130881

dampak yang cukup besar bagi perusahaan. Hal ini terjadi karena narasumber C bertanggung jawab langsung pada proses budgeting di kantor pusat maupun di kantor cabang. Atasan dari narasumber C juga memberikan kepercayaan untuk menemukan solusi yang tepat saat mengatasi kendala karena atasan yang cukup terbuka serta memberikan dukungan kepada narasumber C, ia pun menjadi tidak ragu dalam menyampaikan ide maupun pendapat. Bahkan terkadang atasannya pun tidak ragu menanyakan pendapat dari narasumber C. Namun terkadang, kepada beberapa atasan narasumber memutuskan untuk tidak memberikan saran maupun pendapat dan memilih untuk diam karena melihat situasi dan menyesuaikan atasan. Narasumber S juga merasakan mempunyai kendali serta tanggung jawab yang besar pada pekerjaannya. Narasumber S juga mengetahui apa yang harus dilakukan untuk menyelesaikan pekerjaannya yang diberikan. Selain itu, perusahaan juga melibatkannya dalam pengambilan keputusan. Selain itu, atasannya juga memberikan kebebasan kepada narasumber S dalam menentukan ide-ide serta kreativitas dalam penyusunan strategi marketing. Hal ini membuat narasumber C percaya diri untuk mengungkapkan ide, gagasan serta pendapatnya. Hasil wawancara dari keempat narasumber di atas, menunjukkan bahwa mereka mempunyai keinginan untuk melakukan voice behavior dan sudah mulai terbiasa melakukan voice behavior ditempat kerja mereka. Berdasarkan keempat narasumber di

REPORT #22130881

atas dapat dilihat bahwa narasumber F mempunyai voice behavior yang kurang baik karena adanya batasan dari atasan yang membuatnya enggan untuk mengungkapkan pendapat ataupun ide. Sedangkan ketiga narasumber lainnya (A, C dan S) mempunyai voice behavior yang baik karena adanya rasa kendali serta tanggung jawab yang dimiliki oleh narasumber A, C dan S atas pekerjaannya. Maka dari itu, narasumber A, C dan S mempunyai psychological empowerment dan voice behavior yang tinggi dibandingkan dengan narasumber F yang mempunyai psychological empowerment dan voice behavior rendah. Penelitian yang dilakukan oleh Yoo (2017) yaitu adanya hubungan antara psychological empowerment , dan voice behavior pada karyawan frontliner . Hasil penelitian ini adalah kayarwan frontliner yang memahami tugasnya dan mampu mengontrol pekerjaannya dengan baik, mempunyai voice behavior yang baik. Hal ini terjadi karena ketika karyawan memahami tugasnya, karyawan tersebut dapat memberikan ide, pendapat serta solusi yang tepat. Penelitian lainnya dilakukan Zhang et al. (2021) yaitu, kepercayaan antar pribadi secara positif memoderasi hubungan antara psychological empowerment dan voice behavior pada guru. Ketika guru merasakan tingkat kepercayaan antar pribadi yang lebih tinggi, perilaku bersuara guru lebih kuat dibandingkan guru yang merasakan tingkat kepercayaan antar pribadi yang rendah. Dari penelitian diatas, dapat dilihat bahwa psychological

empowerment dapat berdampak positif pada voice behavior . Karena adanya pengaruh yang positif antara psychological empowerment pada voice behavior ini membuat peneliti ingin melakukan penelitian yang lebih mendalam khususnya pada Gen Z. 1 1.2 Rumusan Masalah Permasalahan yang ingin diteliti oleh peneliti adalah apakah terdapat pengaruh psychological empowerment terhadap voice behavior pada karyawan Gen Z? 1 9 10 1.3

Tujuan Penelitian Penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengetahui pengaruh psychological empowerment terhadap voice behavior pada karyawan Gen Z. 1 9

1.4 Manfaat Penelitian 1.4 1. Manfaat Teoretis 1. Hasil dari

penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan referensi serta dapat menyumbangkan literatur dalam bidang psikologi, khususnya psikologi organisasi dan industri mengenai psychological empowerment dan voice behavior untuk mengembangkan karir serta menambah wawasan serta pengetahuan. 2. Penelitian ini dapat digunakan untuk melakukan penelitian – penelitian terkait psychological empowerment dan voice behavior . 1.4.2. Manfaat Praktis 1. Penelitian ini dapat menjadi masukan bagi perusahaan dan karyawan, khususnya dalam bidang human resources untuk mengembangkan potensi psychological empowerment dan voice behavior pada karyawan. 2. Penelitian ini dapat digunakan bagi Gen Z untuk mengembangkan voice behavior dan psychological empowerment di perusahaan dan organisasi BAB II TINJAUAN PUSTAKA 2.1 Voice Behavior 2.1.1

Definisi Voice Behavior Hirschman (1980) menjelaskan “ voice behavior is an attempt to change an unfavorable situation by petitioning individually or collectively to the management directly in charge. . Penjelasan dari Hirschman (1980) dapat diartikan bahwa voice behavior adalah upaya yang dilakukan oleh individu melakukan perubahan ke arah yang lebih baik dengan membuat petisi kepada atasan manajemen yang bertanggung jawab. 6 17

Lepine & Van Dyne (1998) juga menjelaskan 2 “ voice behavior is a non-mandatory behavior that emphasizes the expression of constructive challenges with the intent to improve rather than simply criticize. . Penjelasan dari Lepine & Van Dyne (1998) diartikan bahwa voice behavior

bersifat konstruktif yang digunakan untuk melakukan perbaikan. Namun, tidak hanya sekedar melakukan kritikan dan individu tidak diwajibkan untuk melakukan voice behavior . ¹⁸ Morrison (2013) menjelaskan bahwa ¹ “ voice behavior is informal communication and employee freedom of ideas, suggestions, concerns and opinions on work-related issues with the intention of improving the organization or company, so as to bring improvements and changes . Penjelasan dari Morrison voice behavior kebebasan yang dimiliki oleh karyawan untuk menyuarakan pendapat, ide, gagasan, saran serta kekhawatiran yang mereka rasakan. Hal tersebut dilakukan oleh karyawan agar perusahaan maupun organisasi mempunyai perubahan yang positif. Mengacu pada definisi dari para ahli di atas, peneliti memutuskan untuk menggunakan definisi dari Morrison. Hal ini dikarenakan definisi dari Morrison paling banyak digunakan dalam beberapa penelitian seperti .

2.1.2 Dimensi Voice Behavior Peneliti menggunakan dimensi dari Liang et al. (2012) dan menggunakan definisi dari Morrison dikarenakan Morrison menemukan dukungan untuk hubungan positif antara suara dan penilaian status dengan menggunakan tiga operasionalisasi suara yang berbeda: seberapa sering seorang karyawan mengungkapkan ide atau saran baru secara keseluruhan, apakah seorang bawahan menyampaikan masalah dengan rencana manajer, dan apakah seorang karyawan tingkat bawah mengadvokasi hasil yang berbeda dengan yang diinginkan oleh atasannya. Operasionalisasi ini mencakup bentuk suara yang bersifat promotif (menyampaikan saran atau ide baru) dan bentuk prohibitive voice yang bersifat melarang yang digunakan untuk menyampaikan masalah atau kekhawatiran . Liang et al. (2012) mengemukakan bahwa voice behavior mempunyai dua dimensi sebagai berikut :

a. Promotive Voice Hadisa et al., 2023; Prihatsanti & Purwono, 2019; Rohmah et al., 2023 (Weiss & Morrison, 2018) Ekspresi individu atas gagasan, ide maupun saran baru, yang berguna untuk mengembangkan perusahaan maupun organisasi secara keseluruhan. Namun, penyampaiannya disertai dengan solusi inovatif dan perbaikan. Promotive voice juga

berfokus pada keadaan ideal di masa depan dan apa yang bisa dicapai. b. Prohibitive Voice Ekspresi karyawan mengenai pekerjaan, masalah, maupun perilaku karyawan yang berpotensi merugikan perusahaan. Prohibitive voice mempunyai fungsi penting bagi kebaikan organisasi atau perusahaan, karena dapat memecahkan masalah yang tidak terdeteksi sebelumnya atau mencegah terjadi masalah. Dalam organisasi tertentu, prohibitive voice memiliki potensi yang cukup besar serta membawa dampak daripada promotive voice . 2.1.3 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Voice Behavior Morrison (2023) mengemukakan bahwa terdapat faktor - faktor yang mempengaruhi voice behavior yaitu sebagai berikut : a. Laten Voice Opportunity Persyaratan yang digunakan atau diperlukan untuk bersuara ketika karyawan mempunyai suatu ide, informasi maupun permasalahan yang berpotensi untuk diberikan atau diberikan sehingga terdapat peluang untuk bersuara b. Individual Characteristic Adanya disposisi pribadi yang menjelaskan perilaku bersuara pada karyawan seperti inisiatif pribadi, ekstraversi, kepribadian proaktif dan kesadaran. Status dan jabatan juga sangat berpengaruh pada perilaku bersuara c. Attitudes and Emotion Voice behavior lebih sering muncul ketika karyawan merasakan tanggung jawab yang besar terhadap perubahan dan mempunyai kewajiban terhadap perusahaan. Voice behavior juga, muncul ketika karyawan menunjukkan suara konstruktif ketika perusahaan menepati janji dan perusahaan mendukung karyawan d. Leader's style, behavior personality Gaya kepemimpinan juga mempengaruhi voice behavior , pemimpin yang memberdayakan, mengarahkan, membina dan mendukung akan, membuat karyawan lebih proaktif. Kepribadian pemimpin yang sesuai dengan karyawan juga berpengaruh terhadap voice behavior yang dilakukan karyawan e. Relation and Contextual factors Karyawan yang percaya bahwa ketika mereka dihormati oleh rekan kerjanya mereka mempunyai keyakinan kontrol yang lebih kuat dan membuat suasana hari yang positif dapat memotivasi karyawan untuk bersuara. f. Differential predictors of promotive and prohibitive voice Suara yang difokuskan

untuk promosi akan berhubungan dengan promotive voice . Sedangkan suara yang berfokus pada pencegahan masa berhubungan dengan prohibitive voice.

2.2 Psychological Empowerment 2.2 **11** 1 Definisi Psychological Empowerment Thomas dan Velthouse (1990) mendefinisikan psychological empowerment sebagai motivasi intrinsik. “ Psychological empowerment is intrinsic motivation involves experiences of positive value that individuals derive directly from a task. Intrinsic motivation involves general conditions in the individual that are directly related to the task that produces satisfaction. . Penjelasan dari Thomas dan Velthouse diartikan bahwa motivasi intrinsik yang dimiliki oleh individu mempunyai peranan penting. Conger dan Kanungo (1988) mendefinisikan “ psychological empowerment as a process of developing a sense of self-efficacy of members of organizations and companies, which can be done by identifying the impulses that cause this sense of helplessness. . Penjelasan dari Conger dan Kanungo diartikan sebagai kepercayaan individu atas kemampuan yang dimiliki merupakan dorongan penting yang dimiliki oleh individu.

6 Spreitzer (1995) mengemukakan bahwa ”psychological empowerment is a set of psychological states required by individuals to feel a sense of control in their work ” Penjelasan dari Spreitzer rasa kendali yang dimiliki individu untuk menyelesaikan pekerjaan mereka. Definisi dari pada ahli diatas, peneliti memutuskan untuk menggunakan definisi dari Spreitzer. Alasan peneliti menggunakan teori dari Spreitzer, karena sudah banyak digunakan di beberapa penelitian yaitu .

2.2.2 Dimensi Psychological Empowerment Spreitzer, (1995) psychological empowerment mempunyai 4 dimensi sebagai berikut : a. Meaning Nilai dari tujuan pekerjaan yang berkaitan dengan standar maupun keinginan yang dimiliki oleh individu.

15 Makna melibatkan kesesuaian dari syarat peran kerja, keyakinan, nilai, serta perilaku. b. Competence Keyakinan individu terhadap kemampuannya untuk melakukan aktivitas dengan keterampilan serta menyelesaikan pekerjaan yang diberikan. c. Self – Determination Pilihan pada individu dalam unruk mengendalikan dan mengatur tindakan. Menentukan

nasibnya sendiri dalam memulai maupun melanjutkan proses kerja maupun tingkah laku, seperti pengambilan keputusan mengenai cara kerja, kecepatan dalam menyelesaikan pekerjaan, dan usaha individu. d. Impact (Apriliani Putri & Zenita Ratnaningsih, 2018; Ayu et al., 2016; Debora, 2017) Seberapa jauh individu mampu memberikan pengaruh pada proses operasional maupun administratif di tempat individu bekerja kerja maupun seberapa besar individu mampu memberikan pengaruh pada organisasinya.

2.2.3 Faktor Yang Mempengaruhi Psychological Empowerment

Spreitzer, (1995) mengemukakan bahwa psychological empowerment mempunyai 4 faktor sebagai berikut :

- a. Self - Esteem Individu** yang mempunyai harga diri yang tinggi dan melihat dirinya berharga, mempunyai bakat dan dapat berkontribusi, serta layak berkontribusi. Cenderung lebih aktif dengan hal-hal yang berhubungan dengan pekerjaan. Sebaliknya, individu yang mempunyai self esteem yang rendah cenderung melihat dirinya tidak mampu membuat perubahan atau mempengaruhi pekerjaan atau organisasi.
- b. Locus of Control** Sejauh mana individu percaya dan memegang kendali atas dirinya sendiri. Kekuatan eksternal tidak menentukan apa yang terjadi dalam diri individu tersebut. Individu dengan locus of control internal yang tinggi, merasa mampu menciptakan pekerjaan dan lingkungan pekerjaan karena merasa mempunyai empowerment.
- c. Information** Tanpa adanya informasi dapat dipastikan seseorang tidak akan mengambil tanggung jawab atau menampilkan energi kreatif mereka. Terdapat dua jenis informasi yang penting bagi empowerment , yaitu informasi terkait misi perusahaan dan informasi terkait kinerja.
- d. Rewards** Penghargaan dianggap penting karena dapat mengakui dan memperkuat kompetensi individu dan memberikan insentif kepada individu untuk berpartisipasi dan mempengaruhi pengambilan keputusan di tempat kerja.

2.3 Kerangka Berpikir Karakteristik Gen Z yang ingin sekali didengarkan dan Gen Z yang merasa bahwa ide dan pendapat mereka ini penting dan sama berharganya dengan generasi lain di tempat kerja (Savira, 2022).

Selain itu, Gen Z berkeinginan memberi dampak

bagi lingkungan di sekitar mereka (Rahmatika, 2023). Walaupun Gen Z baru mulai memasuki dunia kerja dan perlu menyesuaikan diri menjadi karyawan, perusahaan juga harus mulai bekerja sama dengan Gen Z, karena Gen Z dapat membawa beberapa hasil positif yang belum pernah bayangkan sebelumnya (Pelta, 2021). Psychological empowerment merupakan rangkaian keadaan psikologis yang diperlukan oleh individu untuk merasakan kendali dalam pekerjaan mereka, menganggap bahwa pekerjaan yang dilakukan bermakna dan penting untuk dirinya, dapat berdampak bagi perusahaan, yakin dengan kemampuan yang dimiliki dan dapat menentukan nasibnya sendiri (Spreitzer, 1995). Karyawan ingin yang berdampak bagi perusahaan salah satunya berkontribusi dengan memberikan gagasan, informasi dan juga ide (Ibrahim & Salendu, 2020). Suara karyawan merupakan hal yang sangat penting. Keheningan yang terjadi di tempat kerja merupakan sebuah indikasi dimana karyawan di perusahaan tidak terlibat dan tidak saling berhubungan satu dengan yang lainnya. Menciptakan lingkungan dimana suara karyawan didengarkan, keterbukaan dalam menyampaikan ide - ide serta inovasi dapat meningkatkan produktivitas di tempat kerja (Tracey et al., 2023). Penelitian mengenai psychological empowerment dan voice behavior yang telah diuji coba oleh Wang et al., (2016) menunjukkan bahwa untuk mengembangkan psychological empowerment di perusahaan maupun organisasi mempertimbangkan psikologis karyawan merupakan suatu hal yang harus diperhatikan. Psychological empowerment dapat diberikan oleh perusahaan untuk memberikan pembelajaran dan juga motivasi agar voice behavior karyawan di perusahaan bisa ditingkatkan. Karyawan dengan tingkat pemberdayaan psikologis yang lebih tinggi akan memiliki motivasi yang lebih berkelanjutan dan kuat untuk karyawan bersuara. Selain itu, karyawan yang diberdayakan secara psikologis percaya bahwa mereka memiliki pengaruh yang lebih besar dalam pekerjaan mereka dan merasakan tanggung jawab yang lebih besar untuk memperbaiki situasi kerja mereka, sehingga mengarah pada peningkatan perilaku bersuara. Dari

penelitian ini dapat dilihat bahwa karyawan dengan psychological empowerment yang tinggi serta mempunyai pengaruh dan kendali, cenderung melakukan voice behavior yang lebih tinggi. 5 2.4 Hipotesis H₀ : Tidak terdapat pengaruh psychological empowerment terhadap voice behavior pada karyawan Gen Z H_a : Terdapat pengaruh psychological empowerment terhadap voice behavior pada karyawan Gen Z. 2 3 13 BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif merupakan sebuah pendekatan dengan hasil penelitian atau datanya berupa skor dengan nilai angka yang dapat ditafsirkan dengan cara statistik (Gravetter & Forzano, 2018). 2 3.2 Variabel Penelitian Terdapat dua variabel pada penelitian ini, yaitu voice behavior sebagai variabel dependen (DV), sedangkan psychological empowerment sebagai variabel independen (IV). Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui serta melihat apakah adanya pengaruh Psychological Empowerment (PE) terhadap Voice Behavior (VB) pada karyawan Gen Z. Psychologic al Empowerm Voice Behavior 3.2.1 Definisi Operasional Variabel Voice Behavior (VB) Voice Behavior dalam definisi operasional dapat diartikan dengan skor jumlah total dari alat ukur Voice behavior Scale (VBS). VBS mengukur 2 dimensi yaitu; promotive dan pr ohibitive voice (Liang et al., 2012). Semakin tinggi skor total voice behavior yang didapatkan karyawan Gen Z, maka semakin tinggi mereka mempunyai kecenderungan melakukan voice behavior . Sebaliknya, skor total yang rendah mengindikasikan semakin rendah kecenderungan voice behavior pada karyawan Gen Z. 3.2.2 Definisi Operasional Variabel Psychological Empowerment Psychological empowerment didefinisikan secara operasional sebagai skor total Psychological Empowerment Questionnaire (PEQ). Berdasarkan teori yang dimiliki oleh Spreitzer (1995), Psychological Empowerment Questionnaire (PEQ) ini mengukur 4 dimensi yaitu sebagai berikut competence , meaning , self determination dan dimensi terakhir impact . Semakin tinggi skor total psychological empowerment yang didapatkan karyawan Gen Z maka semakin

tinggi mereka mempunyai kecenderungan psychological empowerment . Sebaliknya, skor total yang rendah mengindikasikan semakin rendah psychological empowerment karyawan Gen Z. 3.3 Populasi dan Sampel Sampel pada penelitian ini adalah karyawan Generasi Z yang sedang bekerja secara aktif di sebuah perusahaan. Sugyiono (2017), mengemukakan bahwa jika penelitian ini mempunyai jumlah populasi tidak terhingga, maka menggunakan kesalahan sebesar 5% dengan jumlah 349 responden. Sampel diambil dengan menggunakan teknik convenience sampling . Teknik ini merupakan pengambilan data, berdasarkan ketersediaan serta kenyamanan dari individu atau responden dalam penelitian ini (Gravetter & Forzano, 2018). Peneliti melakukan penyebaran kuesioner secara online sesuai dengan kriteria penelitian ini, yaitu: karyawan yang sedang aktif bekerja dan memasuki kategori Generasi Z , kelahiran 1995 – 2005 yang aktif dan bekerja minimal 1 tahun. 3.4 Instrumen Penelitian Terdapat dua instrumen dalam penelitian ini yaitu, Voice Behavior Scale (VBS) untuk mengukur voice behavior dan Psychological Empowerment Questionnaire (PEQ) untuk mengukur psychological empowerment . Berikut merupakan penjelasan darimasing- masing instrumen. 3.4.1 Deskripsi Instrumen Voice Behavior Scale Alat ukur Voice Behavior Scale (VBS) dikembangkan oleh (Liang et al. 2012) yang terdiri dari 10 aitem digunakan untuk mengukur variabel voice behavior . Tabel 3.1 menunjukkan aitem dari alat ukur VBS yang memiliki 2 dimensi yaitu promotif dan prohibitive. Dari 10 item yang ada dibagi menjadi 2 yaitu, 5 aitem promotive voice dan 5 aitem untuk prohibitive voice . 7 Penelitian ini menggunakan skala Likert dengan rentang skor 1 3 “Sangat tidak setuju 7 hingga skor 5 “Sangat setuju”. Hasil yang didapatkan dari skor masing-masing responden akan ditotalkan. Responden yang mempunyai hasil skor total tinggi, mempunyai voice behavior yang tinggi, begitu juga sebaliknya. Tabel 3.1 Sebaran aitem alat ukur VBS Dimensi VBS Nomor aitem Jumlah aitem Promotive 4, 5,7,9,10 5 Prohibitive 1,2,3,6,8 5

3.4.2 Deskripsi Instrumen Psychological Empowerment Questionnaire Alat

ukur Psychological Empowerment Questionnaire (PEQ) dari Spreitzer (1995) yang terdiri dari 12 aitem digunakan untuk mengukur variabel ukur Psychological Empowerment Tabel 3.2 menunjukkan aitem dari alat ukur PEQ yang memiliki 4 dimensi yaitu meaning , competence , self determination dan impact .

7 Peneliti ini menggunakan skala Likert dengan rentang skor 1 3 “Sangat tidak setuju” 7 hingga skor 5 “Sangat setuju”.

Hasil yang didapatkan dari skor masing-masing responden akan ditotalkan. Responden yang mempunyai hasil skor total tinggi mempunyai psychological empowerment yang tinggi, begitu juga sebaliknya.

Tabel 3.2 Sebaran aitem alat ukur PEQ Total

aitem 12 3.5 Pengujian Psikometri Peneliti melakukan uji psikometri

dari dua alat ukur yaitu voice behavior dan psychological empowerment

Hal ini dilakukan untuk mengukur seberapa valid dan reliabel dua

alat ukur tersebut. Peneliti melakukan uji content validity expert

judgement yang dilakukan oleh dosen pembimbing peneliti dan menguji

reliabilitas serta validitas mdengan menggunakan aplikasi JASP versi

0.18.1 yang sebelumnya sudah melakukan penghitungan skor melalui

Microsoft Excel. 3.5.1 Pengujian Reliabilitas Alat Ukur Voice Behavior

Scale (VBS) Uji reliabilitas yang dilakukan oleh peneliti terhadap

alat ukur VBS dilakukan untuk mengetahui apakah alat yang digunakan

dapat dikatakan reliabel atau tidak. Peneliti menggunakan aplikasi JASP

versi 0.18.1 untuk melihat hasil cronbach alpha. Hasil yang diperoleh

yaitu 0,935. Hasil ini dapat dikategorikan tinggi karena melebihi

standar umum reliability test yaitu 0,70 atau lebih (Shultz et al.,

2014). Hasil ini menunjukkan bahawa alat ukur ini dapat dikatakan

reliabel untuk mengukur voice behavior serta dimensi pada alat ikur

ini. Tabel 3.3 Reabilitas Alat Ukur Voice Behavior Scale (VBS)

Estimate Cronbach’s α Point estimate 0.935 95% CI lower bound

0.887 Total aitem 10 Dimensi PEQ Nomor aitem Jumlah Meaning 3,6,9

3 Competence 1,5,11 3 Self Determination 2,7,12 3 Impact 4,8,10 3

95% CI upper bound 0.965 3.5.2 Pengujian Validitas Alat Ukur Voice

Behavior Scale Uji validitas digunakan untuk melihat kemampuan alat

ukur dalam memberikan konklusi terhadap nilai tes sebagai nilai yang valid dan sesuai dengan yang ingin diukur. Peneliti melakukan uji validitas dengan metode construct validity menggunakan cronbach's alpha . Studies of internal structure dilakukan untuk melihat keterkaitan aitem dalam alat ukur (Shultz et al., 2014). Hasil yang diperoleh menunjukkan koefisien alpha sebesar 0,935 berdasarkan hasil perhitungan yang dilakukan menggunakan JASP 0.18.1. Berdasarkan (Shultz et al., 2014), hasil dikatakan valid apabila koefisien yang diperoleh mencapai lebih dari sama dengan 0,70. Maka dari itu, hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa alat ukur VBS valid untuk digunakan dan tiap aitemnya saling terkait satu sama lain dalam mengukur voice behavior . Selain itu, uji ketebacaan dilakukan oleh peneliti pada 4 orang subjek. Hasil yang di peroleh subjek dapat memahami aitem dari alat ukur.

3.5.3 Analisis Aitem Alat Ukur Voice Behavior Scale (VBS)

Analisis butir soal pada alat ukur VBS dilihat dari skor item-rest correlation menggunakan aplikasi JASP 0.18.1 Teknik ini juga dinamakan sebagai aitem discrimination. Standar minimal 0,3 digunakan oleh peneliti untuk melihat daya beda antar butir soal dianggap memuaskan (Shultz et al., 2014). Pada Tabel 3.4 menunjukkan bahwa alat ukur voice behavior scale memiliki rentang nilai antara 0,599 – 0,831. Hasil butir soal tersebut menunjukkan bahwa seluruh aitem mampu membedakan aitem sesuai yang diukur dengan baik.

16 Tabel 3.4 Analisis Aitem Alat Ukur Voice Behavior Scale (VBS)

3.5 4 Pengujian Realiabilitas Alat Ukur Psychological Empowerment Questionnaire (PEQ)

Uji reliabilitas pada alat ukur PEQ dilakukan oleh peneliti untuk melihat apakah alat ukur yang digunakan reliabel serta konsisten. Hasil yang diperoleh oleh peneliti adalah 0,956. Peneliti mendapatkan bahwa hasil dari alat ukur tinggi karena standar umum yaitu 0,70 atau lebih (Shultz et al., 2014). Peneliti melakukan uji reliabilitas untuk melihat hasil cronbach alpha dengan menggunakan aplikasi JASP versi 0.18.1. Hasil dari uji reliabilitas ini tinggi dan dapat dikatakan reliabel dalam mengukur

psychological empowerment dan dimensi pada alat ukur ini. Item Reliability Statistic Item Rest Correlation Promo1 0,778 Promo2 0,811 Promo3 0,831 Promo4 0,800 Promo5 0,823 Prohi1 0,678 Prohi2 0,787 Prohi3 0,599 Prohi4 0,652 Prohi5 0,742 Tabel 3.5 Reabilitas Alat Ukur Alat Ukur PEQ Estimate Cronbach's α Point estimate 0.956 95% CI lower bound 0.923 95% CI upper bound 0.976 3.5.5 Pengujian Validitas Alat Ukur Psychological Empowerment Questionnaire (PEQ) Uji validitas digunakan untuk melihat kemampuan alat ukur dalam memberikan konklusi terhadap nilai tes sebagai nilai yang valid dan sesuai dengan yang ingin diukur. Peneliti melakukan uji validitas dengan metode construct validity menggunakan cronbach's alpha . Studies of internal structure dilakukan untuk melihat keterkaitan aitem dalam alat ukur (Shultz et al., 2014). Hasil yang diperoleh menunjukkan koefisien alpha sebesar 0,935 berdasarkan hasil perhitungan yang dilakukan menggunakan JASP 0.18.1. Berdasarkan Shultz et al. (2014), hasil dikatakan valid apabila koefisien yang diperoleh mencapai lebih dari sama dengan 0,70. Maka dari itu, hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa alat ukur VBS valid untuk digunakan dan tiap aitemnya saling terkait satu sama lain dalam mengukur voice behavior . Uji ketebacaan dilakukan peneliti pada 4 orang subjek, hasil yang diperoleh dari uji ketebacaan subjek dapat memahami aitem dari alat ukur tersebut. 3.5.6 Analisis Aitem Alat Ukur Psychological Empowerment Questionnaire (PEQ) Analisis butir soal pada alat ukur PEQ dilihat dari skor item rest correlation menggunakan aplikasi JASP 0.18.1 Teknik ini juga dinamakan sebagai aitem discrimination. Standar minimal 0,3 digunakan peneliti untuk melihat apakah terdapat perbedaan antar butir soal dianggap memuaskan (Shultz et al., 2014) Tabel 3.5 menunjukkan hasil analisis aitem alat ukur voice behavior scale memiliki rentang nilai antara 0,692 – 0,841. Hasil butir soal tersebut menunjukkan bahwa seluruh aitem mampu membedakan aitem sesuai yang diukur dengan baik. Tabel 3.5.6 Analisis Aitem Alat Ukur Psychological

Empowerment Quwationnaire (PEQ) Item Item-reat Correlation Meaning1 0.834
Meaning2 0.841 Meaning3 0.791 Competance1 0.881 Competance2 0.863
Competance3 0.804 SD1 0.716 SD2 0.776 SD3 0.823 Im1 0.755 Im2
0.698 Im3 0.692 3.6 Teknik Analisis Data Teknik analisis data yang
digunakan merupakan teknik regresi linear sederhana. Sebelum teknik
regresi linear dilakukan, peneliti melaksanakan uji asumsi agar uji
hipotesis dapat dilangsungkan. Uji asumsi terdiri dari normalitas,
linearitas, independensi error dan homoskedastisitas. Pada uji normalitas,
peneliti hanya melihat pada variabel dependen, yaitu voice behavior .
Apabila sudah terpenuhi peneliti dapat melakukan uji hipotesis
menggunakan uji regresi linear sederhana. Uji regresi linear sederhana
dilakukan untuk melihat apakah adanya pengaruh antara kedua variabel
yang diteliti, yaitu voice behavior dan psychological empowerment serta
untuk mengetahui seberapa besar pengaruh yang ada di antara kedua
variabel tersebut (Goss-Sampson, 2022). **3 3.7 Prosedur Penelitian Peneliti**
melakukan beberapa tahapan dalam melakukan penelitian ini yang di bagi
menjadi dua tahapan antara lainnya sebagai berikut: 1. Tahap Pelaksanaan
Peneliti melakukan uji psikometri terhadap kedua alat ukur yaitu Voice
Behavior Scale (VBS) dan Psychological Empowerment Questionnaire (PEQ).
Uji Psikometri ini dilakukan untuk mengetahui validitas dan reliabilitas
dari alat ukur tersebut. Setelah melakukan uji psikometri, peneliti
mulai membuat kuesioner online melalui Google Form untuk mengumpul kan
data responden yang sesuai dengan kriteria yang dibuat oleh peneliti.
Peneliti menyebarkan kuesioner secara online kepada 364 responden yaitu
karyawan perusahaan generasi Z melalui media sosial yaitu Whatsapp ,
instagram , twitter (X). 2. Tahap Pengolahan Data Setelah mendapatkan
data dari 364 responden, peneliti melakukan pengelolaan data dengan
menggunakan Microsoft Excel dan JASP 0.18.2.0 untuk menghitung skor
total dan juga uji asumsi yaitu uji normalitas, independent error ,
homoscedasticity dan linearitas. Setelah uji asumsi terpenuhi, peneliti
melakukan uji hipotesis dengan menggunakan regresi linear. Setelah itu,

peneliti melakukan uji tambahan dan menyimpulkan hasil yang didapatkan. BAB IV HASIL DAN ANALISIS PENELITIAN 4.1 Gambaran Umum Subjek Penelitian Tabel 4.1 Gambaran Umum Subjek Penelitian (N=361)

Variable	Frekuensi
Jenis Kelamin Pria	124
Wanita	239
Tahun Lahir	
1995	40
1996	31
1997	49
1998	44
1999	60
2000	46
2001	30
2002	33
2003	18
2004	7
2005	3
Pendidikan Terakhir	
D1	2
D2	22
S1	225
S2/S3	11
SMA/SMK	101
Posisi Pekerjaan	
Karyawan Kontrak	94
Staf	186
Supervisor	40
Lainnya	41
Bidang Usaha	
Retail	60
Media	50
Pendidikan	36
Teknik Industri	35
Kesehatan	26
Ekonomi	39
Lainnya	
Status Lajang	300
Menikah	61

Peneliti menyebarkan kuesioner penelitian kepada karyawan aktif Generasi Z. Jumlah responden yang didapatkan oleh peneliti secara keseluruhan adalah 368 orang karyawan Generasi Z. Berdasarkan data yang sudah didapatkan, karakteristik demografis responden penelitian ini dikategorikan berdasarkan jenis kelamin, tahun lahir, pendidikan akhir, bidang usaha tempat karyawan bekerja, posisi atau jabatan kerja dan lama bekerjanya karyawan.

4.2 Gambaran Psychological Empowerment Responden Penelitian Tabel 4.2 Statistik Deskriptif Psychological Empowerment

Mean Teoritik	Mean Empirik	Standar Deviasi
36	47,089	7,038
18	60	
Meaning	12,363	2,114
3	15	
Competence	12,360	1,985
3	15	
Self Determination	12,11,634	2,138
3	15	
Impact	12,10,731	2,541
3	15	

Berdasarkan hasil perhitungan pada Table 4.2 menunjukkan bahwa nilai mean empirik yang didapatkan ($M = 47,089$). Hasil ini menunjukkan bahwa nilai mean empirik lebih besar dibandingkan dengan mean teoritik ($M = 36$). Dengan demikian, rata-rata karyawan Generasi Z mempunyai voice behavior yang tinggi. Dimensi voice behavior yaitu meaning dan competence juga mempunyai mean empirik yang lebih tinggi dibandingkan dengan mean teoritik. Hal ini menunjukkan bahwa karyawan Generasi Z merasakan bahwa pekerjaan mereka yang penting dan bermakna bagi mereka. Selain itu, karyawan Generasi Z mempunyai keyakinan yang cukup tinggi akan kemampuan yang mereka miliki.

Sedangkan untuk dua dimensi lainnya yaitu, self determination dan impact menunjukkan bahwa mean empirik lebih kecil dibandingkan dengan mean teoritik. 4.3 Gambaran Voice Behavior Responden Penelitian Tabel 4.3 Stastistik Deskriptif Voice Behavior Mean Teoritik Mean Empirik Standar Deviasi Minimum Maksimum Voice Behavior 30 37,698 6,522 10 50 Promotive 15 19,249 5,572 5 25 Prohibitive 15 18,449 3,426 5 25 Berdasarkan hasil perhitungan pada Table 4.3 menunjukkan bahwa nilai mean empirik yang didapatkan ($M=37,698$). Hasil ini menunjukkan bahwa nilai mean empirik lebih lebih besar dibandingkan dengan mean teoritik ($M=30$). Dari hasil tersebut, data disimpulkan bahwa a rata-rata karyawan Generasi Z di perusahaan mempunyai voice behavior yang tinggi. Dimensi promotive dan prohibitive mempunyai nilai mean empirik yang tinggi dibandingkan dengan mean teoritik. Dimensi promotive menunjukkan mean empiric ($M=19,249$) dengan nilai mean teoritik ($M=15$). Sedangkan prohibitive menunjukkan mean emprik ($M=18,449$) dengan nilai mean teoritik ($M=15$). Hal ini menunjukan bahwa karyawan Generasi Z merasakan bahwa dapat menyuarakan pendapat mereka kepada perusahaan dengan baik. 4.4 Uji Asumsi Peneliti kemudian melakukan empat uji asumsi yaitu uji asumsi lineritas, independent error, homoskedasitisitas, dan normalitas. 4.4.1 Uji Normalitas Peneliti menggunakan Kolmogorov-Smirnov untuk uji normalitas. Hal ini dilakukan karena penelitian ini mempunyai skala yang besar (Field, 2018). Hasil yang peroleh untuk uji normalitas pada variable dependen menunjukkan bawa data yang didapatkan normal ($S=0,071$, $p>0,053$). Nilai p yang didapatkan pada uji normalitas untuk variable voice behavior memenuhi asumsi karna diatas 0,05. 4.4.2 Uji Independent Error Peneliti menggunakan melakukan pengujian asumsi menggunakan Durbin-Watson test. Hasil yang dari peroleh dari uji asumsi ini menunjukkan bahwa tidak adanya hubungan eror, nilai yang diperoleh nila (d) = 1,984. Hal terjadi dikarenakan nilai diatara 1 – 3 menunjukkan tidak adanya hubungan eror (Field, 2018). Sehingga nilai tersebut menunjukkan

tidak adanya hubungan eror yang terjadi dalam memprediksi skor voice behavior berdasarkan skor psychological empowerment

4.4.3 Uji Linearitas

Peneliti melakukan uji asumsi linearitas menggunakan scatter plot. Hubungan linear dapat terjadi, ketika hasil data yang diperoleh menunjukkan letak titik data cenderung berkelompok pada sekitar garis lurus (Gravetter & Forzano, 2018). Gambar 4.1 menunjukkan bahwa titik-titik pada kedua variable yaitu, voice behavior dan psychological empowerment berkelompok di sekitar garis lurus. **12** Sehingga dapat dikatakan kedua variabel tersebut memiliki hubungan yang linear dan menunjukkan bahwa asumsi linearitas terpenuhi. Gambar 4.1 Scattler Plot uji linearitas

4.4.4 Uji Asumsi Homoskedastisitas

Uji asumsi yang keempat adalah uji homoskedastisitas. Uji homoskedastisitas merupakan nilai error yang disetiap skor prediksi variable dependent memiliki kecenderungan varians yang cenderung tidak berubah (Field, 2018). Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan scatter plot antar predicted values dan errors . Hasil ini menunjukkan data terdistribusi secara acak dan seimbang diaatas garis lurus, Gambar 4.2 Uji Homoskedasti

4.5 Uji Regresi Linear Sederhana

Berdasarkan uji asumsi yang telah dilakukan oleh peneliti yaitu uji normalitas, idenpendent error, linearitas dan uji homoskedastisitas. Maka uji regresi linear sederhana ini memperoleh nilai $R^2 = 0,325$, $F = 173,703$. $p < 0,001$ Tabel 4.4 Hasil Uji Regresi Sederhana R^2 F p 0,325 173,703 0,001 Tabel 4.4 menunjukkan bahwa hasil dari perhitungan memperoleh $R^2 = 0,325$. Berdasarkan hasil tersebut dapat dikatakan bahwa variable psychological empowerment mempunyai pengaruh yang tinggi sebesar 32% terhadap voice behavior . Tabel 4.5 Koefisien Uji Regresi Sederhana Unstandardised p Intercept 12,807 ($Y < 0,001$ Psychological Empowerment 0,529 $< 0,001$ Berdasarkan hasil perhitungan yang dilakukan peneliti pada Tabel 4.5, peneliti mendapatkan koefisien konstanta (a) dengan nilai 12,807 dan koefisien regresi (b) dengan nilai (0,748). Dari kedua nilai koefisien tersebut digunakan unuk membentuk persamaan

regresi sebagai berikut. $Y = 12,807 + 0,529X$ Keterangan : Y = Voice Behavior X = Psychological Empowerment Persamaan regresi diatas mempunyai hasil yang positif ($b = +0,529$) yang diartikan bahwa adanya pengaruh positif antara psychological empowerment terhadap voice behavior. Berdasarkan diatas menunjukkan nilai (Y) voice behavior sebesar 12,807 apabila psychological empowerment mempunyai tambahan sebesar 0,528 pada voice behavior dengan penambahan sebesar 1 terhadap nilai psychological empowerment.

BAB V PENUTUP 5.1 Kesimpulan

Peneliti mendapatkan hasil bahwa penghitungan dari 363 responden karyawan Generasi Z menunjukkan psychological empowerment karyawan generasi z mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan pada voice behavior yang dimiliki oleh karyawan Generasi Z. Peneliti mendapatkan bahwa psychological empowerment mempunyai pengaruh yang tinggi terhadap voice behavior sebesar 32,5%, sehingga H_0 dalam penelitian ini diterima. Dimensi dari psychological empowerment juga mempunyai hasil yang cukup signifikan adalah meaning dan competence. Hal ini menggambarkan bahwa karyawan Generasi Z merasakan penting pekerjaan yang mereka kerjakan dan mempunyai keyakinan yang tinggi terhadap kemampuan mereka untuk menyelesaikan tugas maupun pekerjaan. Selain itu, hasil dimensi dari voice behavior pada karyawan Generasi Z juga mempunyai nilai yang tinggi. Hal ini menggambarkan bahwa Generasi Z mampu menyuatkan pendapat, gagasan serta ide-ide dalam pekerjaan mereka.

5.2 Diskusi

Psychological empowerment terbukti mempunyai pengaruh positif terhadap karyawan Generasi Z. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yoo (2017) yaitu adanya hubungan antara psychological empowerment, dan voice behavior pada karyawan frontliner. Hasil penelitian ini adalah karyawan frontliner yang memahami tugasnya dan mampu mengontrol pekerjaannya dengan baik, mempunyai voice behavior yang baik. Hal ini terjadi karena ketika karyawan memahami tugasnya, karyawan tersebut dapat memberikan ide, pendapat serta solusi yang tepat. Selaras dengan penjelasan di bawah hasil penelitian juga

menunjukkan bahwa voice behavior dari karyawan Generasi Z tinggi, yang dimana karyawan sudah mulai proaktif dalam mengutarakan pendapat, gagasan, ide, saran bahkan kritik yang membangun. Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Liang et al. (2012) mengungkapkan karyawan yang mempunyai voice behavior yang tinggi secara proaktif memberikan saran, mengusulkan ide-ide, melaporkan adanya masalah dan berani menyuarakan pendapat yang dapat mempengaruhi efisiensi unit kerja. Sedangkan karyawan yang mempunyai voice behavior yang rendah sebaliknya tidak aktif dalam menyampaikan ide, saran dan pendapat bahkan cenderung diam dan tidak peduli dengan situasi di perusahaan.

5.3 Saran

5.3.1 Saran Metodologis Penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi peneliti selanjutnya. Hasil penelitian ini mempunyai pengaruh sebesar 32,5% terhadap voice behavior dan masih banyak pengaruh dari faktor lainnya sebesar 67,5% yang belum dibahas oleh peneliti. **14** Maka dari itu, penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel lainnya yang sesuai dengan voice behavior .

5.3.2 Saran Praktis Psychological empowerment yang dimiliki oleh karyawan Generasi Z cukup tinggi. Namun, masih ada karyawan yang kurang dalam beberapa dimensi psychological empowerment yaitu pada dimensi self determination dan impact . Bagi perusahaan diharapkan dapat membuat pelatihan yang dapat meningkatkan voice behavior dan juga psychological empowerment .



REPORT #22130881

Results

Sources that matched your submitted document.

● IDENTICAL ● CHANGED TEXT

INTERNET SOURCE		
1.	0.72% repositori.uma.ac.id	●
	https://repositori.uma.ac.id/jspui/bitstream/123456789/17957/1/188320390%20...	
INTERNET SOURCE		
2.	0.6% repository.unpas.ac.id	●
	http://repository.unpas.ac.id/31691/6/BAB%20III%20ok.pdf	
INTERNET SOURCE		
3.	0.53% eprints.upj.ac.id	●
	https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/2418/10/10.%20BAB%20III.pdf	
INTERNET SOURCE		
4.	0.45% kpi.iainpare.ac.id	●
	https://kpi.iainpare.ac.id/2023/12/opini-pengaruh-teknologi-komunikasi-dan.ht...	
INTERNET SOURCE		
5.	0.45% digilib.umpalopo.ac.id:8080	●
	http://digilib.umpalopo.ac.id:8080/jspui/bitstream/123456789/617/1/EKONOME...	
INTERNET SOURCE		
6.	0.43% conservancy.umn.edu	●
	https://conservancy.umn.edu/bitstream/11299/130468/1/Yoon_umn_0130E_127..	
INTERNET SOURCE		
7.	0.36% e-journals.unmul.ac.id	●
	https://e-journals.unmul.ac.id/index.php/PSIKO/article/download/13765/pdf	
INTERNET SOURCE		
8.	0.35% www.repo.stikeswilliambooth.ac.id	●
	https://www.repo.stikeswilliambooth.ac.id/index.php?p=fstream-pdf&fid=1075&..	
INTERNET SOURCE		
9.	0.35% lib.ui.ac.id	●
	https://lib.ui.ac.id/file?file=digital/old29/20319799-S-Monika%20Paramitha.pdf	



REPORT #22130881

INTERNET SOURCE		
10.	0.3% www.tutorialkampus.com	●
	http://www.tutorialkampus.com/2014/12/normal-0-false-false-false-en-us-x-non..	
INTERNET SOURCE		
11.	0.26% media.neliti.com	●
	https://media.neliti.com/media/publications/67015-ID-gaya-kepemimpinan-tran..	
INTERNET SOURCE		
12.	0.25% repository.um-surabaya.ac.id	●
	https://repository.um-surabaya.ac.id/2420/5/BAB_IV.pdf	
INTERNET SOURCE		
13.	0.22% repository.stei.ac.id	●
	http://repository.stei.ac.id/9248/4/BAB%20III.pdf	
INTERNET SOURCE		
14.	0.21% repository.maranatha.edu	●
	https://repository.maranatha.edu/13591/7/0952202_Conclusion.pdf	
INTERNET SOURCE		
15.	0.17% library.binus.ac.id	●
	http://library.binus.ac.id/eColls/eThesisdoc/Bab2HTML/2013100319MNBab2001...	
INTERNET SOURCE		
16.	0.13% eprints.upj.ac.id	●
	https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/6084/6/6.%20Daftar%20Tabel.pdf	
INTERNET SOURCE		
17.	0.08% pdfs.semanticscholar.org	●
	https://pdfs.semanticscholar.org/a618/43754a0135af0bc6893a3af7b3a370015bc...	
INTERNET SOURCE		
18.	0.07% www.scirp.org	●
	https://www.scirp.org/journal/paperinformation?paperid=54755	

● QUOTES

INTERNET SOURCE		
1.	0.47% www.scirp.org	
	https://www.scirp.org/journal/paperinformation?paperid=54755	



REPORT #22130881

INTERNET SOURCE

2. **0.31%** pdfs.semanticscholar.org

<https://pdfs.semanticscholar.org/a618/43754a0135af0bc6893a3af7b3a370015bc...>

INTERNET SOURCE

3. **0.08%** e-journals.unmul.ac.id

<https://e-journals.unmul.ac.id/index.php/PSIKO/article/download/13765/pdf>