

SKRIPSI

PERAN TRAIT KEPERIBADIAN *CONSCIENTIOUSNESS* DAN *OPENESS TO EXPERIENCES* TERHADAP *TURNOVER INTENTION* PADA GENERASI Y



Disusun oleh:

Mohamad Faisal Akbar

NIM. 115120307111070

**PROGRAM STUDI S1 PSIKOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS BRAWIJAYA**

2018

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

PERAN TRAIT KEPERIBADIAN *CONSCIENTIOUSNESS* DAN *OPENESS TO EXPERIENCE* TERHADAP *TURNOVER INTENTION* PADA GENERASI Y

Disusun oleh:

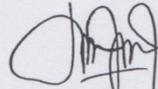
Mohamad Faisal Akbar

NIM. 115120307111070

Telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian skripsi pada tanggal 26 Agustus 2017

Tim Penguji

Dosen Pembimbing dan Ketua
Majelis Sidang Penguji



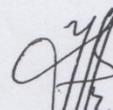
Ika Rahma Susilawati, S.Psi., M.Psi
NIK. 2011028402202001

Ketua Penguji



Sumi Lestari, S.Psi., M.Si
NIK. 2010088202172001

Anggota Penguji



Ika Adita Silviandari, S.Psi., M.Psi
NIP. 2011028201112001

Malang, 20 Oktober 2017

Dekan



Prof. Dr. Unti Ludigdo, Ak *ell*
NIP. 196908414 199402 1 001

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mohamad Faisal Akbar

NIM : 115120307111070

Jurusan : Psikologi

Institusi : Universitas Brawijaya

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “:“**Peran Trait Kepribadian *Conscientiousness* dan *Openess to Experience* Terhadap *Turnover Intention* Pada **Generasi Y**”** adalah benar karya saya sendiri, bukan karya ilmiah atau skripsi orang lain, baik sebagian maupun keseluruhan, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah disebutkan sumbernya yang ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar akademik yang saya peroleh dari skripsi tersebut.

Malang, 20 Oktober 2017

Yang membuat pernyataan,



Mohamad Faisal Akbar

NIM. 115120307111070

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayahNya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi yang berjudul :“**Peran Trait Kepribadian *Conscientiousness* dan *Openness to Experience* Terhadap *Turnover Intention* Pada Generasi Y**”. adapun tujuan dari skripsi ini adalah untuk memenuhi persyaratan akademis dalam memperoleh gelar Sarjana Psikologi.

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah, pada akhirnya penulis telah sampai pada masa ini. Dalam menyelesaikan skripsi tersebut penulis tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis juga menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Unti Ludigdo, Ak. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Brawijaya Malang.
2. Ibu Cleoputri Al Yusainy, S.Psi, M.Psi, Ph.D selaku Ketua Jurusan Psikologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Polititik Universitas Brawijaya Malang.
3. Ibu Ika Rahma Susilawati, S.Psi, M.Si., selaku Dosen Pembimbing Akademik, Dosen Pembimbing Skripsi dan Ibu kedua penulis yang telah membantu penulis dari awal hingga detik ini, memberikan banyak masukan, dukungan psikologis, dan selalu sabar selama membimbing penulis.
4. Ibu Sumi Lestari, S.Psi., M.Si dan Ibu Ika Adita Silviandari, S.Psi, M.Psi., yang telah menjadi penguji ujian skripsi dan telah memberikan kritik, saran, dan masukan yang membangun kepada penulis.

5. Kedua orang tua penulis. Mama dan Papa yang selalu memberi dukungan melalui doa dan sambungan telfon, terimakasih atas segala sabar dan usaha yang diberikan kepada penulis.
6. Kedua kakak dan adik saya, Mba Yas, Mba Kiki, dan Fadil yang selalu membuat penulis untuk terpacu dalam menggapai sesuatu yang terlihat tidak mungkin.
7. Keluarga Om Pondi dan Tante Tuti sebagai keluarga kedua penulis di Malang, serta Ghina dan Ara yang penulis sayangi.
8. Hendy, Alfath, Riri, Dinda, Malik, Abdi, Arham, Reza dan Almas yang sukses menjadi masing-masing titik untuk mengisi kapasitas diri penulis yang haus dan tak akan pernah penuh.
9. Poma, Sarah, dan kabel rol milik Shofura yang telah membantu penulis dari menjelang sempro hingga ujian akhir komprehensif.
10. Keluarga KAMMI 2011 beserta teman *liqo* dan adik-adik binaan *liqo*.
11. Teman-teman Psikologi Universitas Brawijaya angkatan 2011 yang tak pernah lelah berusaha untuk melebur dan membaur sebagai upaya jargon *psiko satu kita utuh*, khususnya Shelly, Zaqka, Fadhli, Neneng, Aula, Aam, Okky, Aziz, Kasyful, dan Nafi yang banyak membantu penulis baik secara langsung maupun tidak langsung.
12. BPH dan Staff HIMAPSI FISIP UB 2013, tempat saat mengawali kedua kaki ini berpijak dengan rapuh dan berakhir dengan kokoh akibat perjuangan yang dilalui.

13. BPH dan Staff BEM FISIP UB 2013. Lisan ini tak fasih memuji dan menilai padahal dibutuhkan keajaiban kalimat dalam setiap langkah bersama, pada akhirnya kekurangan tersebut menjadi kelebihan yang tak pernah habis penulis syukuri.
14. BPH dan Staff EM UB 2015. Beserta Tim PSGK EM UB 2015.
15. Teman-teman kontrakan Al-fatih, Firdaus, Arumba, dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, atas semangat dan dukungan, serta bantuan yang mereka berikan selama proses penyusunan skripsi sehingga terselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran untuk perbaikan skripsi ini. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi peneliti selanjutnya.

Malang, 20 Oktober 2017

Mohamad Faisal Akbar

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
ABSTRAK.....	x
ABSTRACT	xi
BAB I.....	Error! Bookmark not defined.
A. Latar Belakang.....	Error! Bookmark not defined.
B. Rumusan Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
C. Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
D. Manfaat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
E. Penelitian Terdahulu.....	Error! Bookmark not defined.
BAB II	Error! Bookmark not defined.
A. Tinjauan Teoritis.....	Error! Bookmark not defined.
1. Kepribadian	Error! Bookmark not defined.
2. <i>Big-Five Personality</i>	Error! Bookmark not defined.
3. <i>Intensi Turnover</i>	Error! Bookmark not defined.
4. <i>Generasi Y atau Milenial</i>	Error! Bookmark not defined.
B. Keterkaitan <i>Trait Openess to Experience dan Conscientiousness dengan Turnover Intention</i>	Error! Bookmark not defined.
C. Kerangka Pemikiran	Error! Bookmark not defined.

D. Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
BAB III.....	Error! Bookmark not defined.
A. Desain Penelitian	Error! Bookmark not defined.
B. Identifikasi Variabel.....	Error! Bookmark not defined.
C. Definisi Operasional	Error! Bookmark not defined.
D. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	Error! Bookmark not defined.
1. Populasi	Error! Bookmark not defined.
2. Teknik Pengambilan Sampel.....	Error! Bookmark not defined.
3. Sampel.....	Error! Bookmark not defined.
E. Tahapan Pelaksanaan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
F. Instrumen Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
G. Pengujian Alat Ukur.....	Error! Bookmark not defined.
H. Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
1. Uji Normalitas.....	Error! Bookmark not defined.
2. Uji Linearitas Data	Error! Bookmark not defined.
3. Uji Hipotesis.....	Error! Bookmark not defined.
BAB IV	Error! Bookmark not defined.
A. Hasil Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1. Gambaran Umum Subjek Penelitian	Error! Bookmark not defined.
2. Analisis Deskriptif	Error! Bookmark not defined.
B. Hasil Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
1. Uji hipotesis secara simultan	Error! Bookmark not defined.
2. Uji hipotesis secara parsial	Error! Bookmark not defined.

C. Pembahasan Uji HipotesisError! Bookmark not defined.

D. Keterbatasan PenelitianError! Bookmark not defined.

BAB V.....Error! Bookmark not defined.

A. Kesimpulan.....Error! Bookmark not defined.

B. Saran.....Error! Bookmark not defined.

DAFTAR PUSTAKAError! Bookmark not defined.

LAMPIRANError! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Gambaran Karakteristik <i>Big-Five's Traits</i>	21
Tabel 2 Dimensi <i>Turnover Intention</i>	34
Tabel 3 <i>Blueprint</i> Skala <i>Big-Five Inventory</i>	38
Tabel 4 <i>Blueprint</i> Skala <i>Turnover Intention</i>	40

Tabel 5 Presentase Validitas Tampang Skala Setelah Uji Coba	42
Tabel 6 Hasil Reliabilitas Skala	45
Tabel 6 Hasil Uji Normalitas	46
Tabel 7 Hasil Uji Linieritas	47
Tabel 8 Data Demografis	49
Tabel 9 Perhitungan Skor Hipotetik	51
Tabel 10 Deskripsi Data Variabel Penelitian	51
Tabel 11 Norma Kategori	52
Tabel 12 Kategori Subjek Berdasarkan Skala <i>Conscientiousness</i>	52
Tabel 13 Kategori Subjek Berdasarkan Skala <i>Openess to Experience</i>	53
Tabel 14 Kategori Subjek Berdasarkan Skala Intensi <i>Turnover</i>	53
Tabel 15 Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan	54
Tabel 16 Tabel Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Pemikiran.....	30
----------------------------------	----

PERAN TRAIT KEPERIBADIAN *CONSCIENTIOUSNESS* DAN *OPENESS TO EXPERIENCE* TERHADAP *TURNOVER INTENTION* PADA GENERASI Y

ABSTRAK

Mohamad Faisal Akbar

makbarfaisalm@gmail.com

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya peran trait kepribadian *conscientiousness* (C) dan *openness to experience* (O) terhadap *turnover intention* pada generasi Y. Partisipan yang terlibat yang dalam penelitian ini adalah sebanyak 112 orang. Alat ukur yang digunakan dalam penelitian adalah skala *Big-Five Inventory* (BFI) yang telah diadaptasi oleh Ramdhani (2012) dan skala *Turnover Intention* oleh Mulyapradana (2012). Penelitian menggunakan uji hipotesis analisis regresi linier berganda, hasil penelitian menunjukkan tidak terdapat peran yang signifikan baik secara simultan maupun parsial antara trait *conscientiousness* dan *openness to experience* terhadap *turnover intention* pada generasi Y.

Kata Kunci : *Conscientiousness, Openness to Experience, Turnover Intention, Generasi Y.*

PERAN TRAIT KEPERIBADIAN *CONSCIENTIOUSNESS* DAN *OPENESS TO EXPERIENCE* TERHADAP *TURNOVER INTENTION* PADA GENERASI Y

ABSTRACT

Mohamad Faisal Akbar

makbarfaisalm@gmail.com

This research aimed to identify the influence of conscientiousness (C) trait and openness to experience (O) trait toward turnover intention in Y generation. Total sample in this research were 112 participants. Data were collected using Big-Five Inventory (BFI) scale which was adapted by Ramdhani (2012) and Turnover Intention by Mulyapradana (2012). Using linear multiple regression analysis, it was found that there is no significant role either partially or simultaneously between conscientiousness trait and openness to experience trait to turnover intention in Y generation.

Keyword: *Conscientiousness, Openness to Experience, Turnover Intention, Generation Y.*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Fenomena *turnover* karyawan terus menjadi sebuah pembahasan yang menarik dalam lingkup psikologi industri dan organisasi. Melihat hasil survey *Karir.com* pada tahun 2015 kepada 6.530 responden, 34% diantaranya atau sebanyak 2.220 responden menyatakan akan mencari peluang karir baru setelah dua tahun berkarir di perusahaan yang sama. Bentuk perilaku karyawan tersebut adalah intensi keluar (*turnover intentions*) yang dapat berujung pada keputusan karyawan meninggalkan pekerjaannya. Intensi keluar (*turnover intentions*) adalah niat berpindah pekerjaan yang muncul dalam diri individu untuk meninggalkan suatu organisasi tertentu baik secara sukarela (*voluntary*) maupun tidak sukarela (*involuntary*) (Robbins, 2001).

Menurut Toly (2001), tingginya tingkat *turnover intention* telah menjadi masalah serius bagi banyak perusahaan. Tingginya tingkat *turnover* pada perusahaan akan semakin banyak menimbulkan berbagai potensi permasalahan, baik itu biaya pelatihan yang sudah diinvestasikan pada karyawan, tingkat kinerja yang mesti dikorbankan, maupun biaya rekrutmen dan pelatihan kembali. (Suwandi & Indriantoro, 1999).

Mengutip dari laman *CNBC* pada tanggal 11 April 2015 terkait survei yang dilakukan oleh Randstad di Singapura, Randstad menemukan hasil bahwa

tiga dari sepuluh karyawan di Singapura berencana untuk berhenti dari pekerjaannya pada tahun itu. Alasan para karyawan tersebut berhenti adalah untuk mencari peluang kerja baru yang menguntungkan. Dalam survei tersebut, penyebab utama alasan karyawan ingin meninggalkan pekerjaannya yaitu akibat prospek karir yang tidak menjanjikan, gaji dan tunjangan yang rendah, serta perhatian perusahaan terhadap keamanan kerja yang rendah. Sementara survey yang dilakukan oleh Michael Page Indonesia (2015) menunjukkan bahwa hampir tiga seperempat karyawan di Indonesia mengungkapkan cukup atau sangat mungkin untuk *turnover* dalam waktu 12 bulan ke depan. Menurut Ajzen (Gbadamosi & Chinaka, 2011) Pengelolaan pekerja di perusahaan merupakan sebuah tantangan.

Mayoritas pekerja pada saat ini didominasi oleh tiga generasi yaitu *Baby Boomers*, *Generation X*, dan *Generation Y*. Istilah generasi berasal dari teori bernama Teori generasi yang diutarakan oleh sosiolog asal Hungaria bernama Karl Mannheim dalam esainya “*The Problem of Generations*” pada tahun 1923. Mannheim mendefinisikan sebuah generasi adalah sebuah kelompok yang terdiri dari individu yang memiliki kesamaan dalam rentang usia, dan berpengalaman mengikuti peristiwa sejarah penting dalam suatu periode waktu yang sama. Sementara itu, teori mengenai generasi di angkatan kerja dipopulerkan oleh William Strauss dan Neil Howe. Strauss dan Howe mencoba mendefinisikan generasi-generasi yang ada dalam buku mereka “*Generations: The History of America’s Future, 1584 to 2069*” yang menceritakan mengenai sejarah suksesi generasi *anglo-American* serta mengidentifikasi munculnya siklus generasi di sejarah Amerika Serikat. Buku kedua Strauss dan Howe tahun 1993 yang berjudul

“13th gen : Abort, Retry, Ignore, Fail?” menjelaskan generasi kelahiran 1961-1981 sebagai Gen-Xers (disebut generasi ke-13 terhitung sejak Amerika Serikat resmi menjadi sebuah negara). Tahun 2000 Strauss dan Howe mengeluarkan buku dengan judul “*Millennial Rising : The Next Generation*” yang meneliti mengenai kepribadian Generasi Y.

Generasi Y dikenal juga dengan nama *Millennials* atau milenial yang disadur dari istilah pada buku Strauss dan Howe *Millennials Rising : The Next Generation*. Mayoritas peneliti dan ahli demografi menentukan generasi milenial dimulai dari kelahiran awal tahun 1980-an sampai pertengahan tahun 1990-an. Strauss dan Howe (2000) mendefinisikan tahun 1977-1998 sebagai tahun kelahiran generasi Y. McCrindle (2014) mendefinisikan tahun 1980-1994. Sedangkan penelitian yang dilakukan Carnegie (2015) menggunakan tahun 1980-1996.

Bursch (2014) mengatakan bahwa Generasi Y diidentifikasi sebagai generasi yang paling beragam (sifat, perilaku dan kultur) dan Generasi Y akan sangat mewarnai keragaman di tempat kerja. Generasi Y memiliki beberapa karakteristik, baik yang bersifat positif maupun negatif. Diantara sifat positif Generasi Y adalah rasa memiliki terhadap komunitas yang kuat, baik dalam konteks lokal maupun global, percaya diri dan toleran (*strong sense of community both local and global, confidence and tolerance*), sedangkan diantara sifat negatif generasi Y adalah sikap narsis (William & Neil Howe, 2000).

Angkatan kerja Indonesia berdasarkan survei yang dilakukan oleh Gallup (2016), sebanyak 49% merupakan Generasi Y atau generasi milenial. Menurut survey tersebut, Generasi Y memiliki karakter kritis terhadap sebuah isu dan

terhadap *brand* yang menurutnya memiliki *value* tersendiri. Generasi Y memandang dunia dengan cara yang berbeda dengan generasi-generasi pendahulunya dan sebagian besar dari generasi ini berpendidikan tinggi. Hal ini ditunjukkan dengan data sebanyak 61% para milenial mampu berkuliah di perguruan tinggi, dibanding dengan generasi *baby boomers* yang hanya 46%. Menurut Pooley (2005) menyebutkan bahwa para Generasi Y hadir ke tempat kerja dengan perspektif yang unik, mereka memiliki pendekatan yang berbeda dalam cara memandang pekerjaan mereka, bersosialisasi dengan orang lain, dan dalam hal komunikasi. Mereka menggunakan cara yang berbeda sekaligus tidak dimengerti oleh generasi lainnya dan gaya manajemen para Generasi Y dapat menyebabkan sikap skeptis di kalangan generasi lainnya. (Anantatmula & Shrivastav, 2012)

Dalam sebuah survey yang disadur dari portal media *online* *tirto.id* pada tanggal 20 Agustus 2016, The Deloitte Millennial Survey 2016, terungkap bahwa milenial memiliki rencana *resign* dari perusahaan atau organisasinya dari saat ini untuk beberapa tahun ke depan. Terdapat 7.692 milenial dari 29 negara yang di survei termasuk 300 orang dari Indonesia, mereka adalah yang lahir setelah 1982 dengan pendidikan setingkat perguruan tinggi di negara maju maupun berkembang. Periode survey ini dilakukan pada rentang September-Oktober 2015. Survei ini mencoba memetakan soal nilai-nilai dan ambisi, kepuasan terhadap pekerjaan, dan keinginan bisa hadir dalam tim manajemen mereka di level yang lebih tinggi.

Hasil survei ini bisa memberikan gambaran bahwa ada potensi ancaman

gelombang *turnover* dari pekerja dari Generasi Y. Bila diberikan sebuah pilihan *resign* atau tetap bekerja di tempat saat ini, selama setahun ke depan, Generasi Y ternyata memilih berencana *resign* atau keluar dari pekerjaannya untuk mencari tempat dan hal baru. Sebanyak satu dari empat milenial atau 25% memilih opsi ini. Bila rentangnya diperluas hingga rencana dua tahun ke depan, jumlah milenial yang ingin *resign* meningkat menjadi 40%. Jumlahnya makin besar lagi yang akan *resign* bila rentang waktunya rencana mereka hingga 2020 yang mencapai dua dari setiap tiga milenial atau 2/3 sekitar 66% milenial berencana pindah kerja. Sementara itu sisanya 27% berpikir tetap kerja di tempat saat ini, sebanyak 7% belum bersikap.

Manpower Group melakukan riset mendalam pada tahun 2016 yang disadur dari manpowergroup.com/millennials tentang stigma terhadap para milenial. Riset kuantitatif dilakukan di 25 negara yang menyertakan 19.000 milenial, termasuk di antaranya 8.000 rekan kerja Manpower Group dan lebih dari 1.500 manajer. Peserta riset ini berusia dari 20-34 tahun dan terungkap sebanyak 93 persen milenial melihat bekerja sebagai proses pengembangan diri sebagai bentuk *work value*. Menurut Samuel (2016), perbedaan yang paling signifikan bagi milenial diantara generasi yang lainnya yaitu yang berhubungan dengan *work value*. Mereka menganggap pengembangan kemampuan diri sebagai investasi penting dalam karier mereka. Generasi milenial bersedia membayar mahal dan memberikan waktu luang lebih banyak untuk menguasai kemampuan baru. Hanya 7 persen dari milenial dalam survei ini yang menolak pelatihan sebagai pengembangan diri. Semua milenial baik itu para pelajar maupun pekerja produktif

menempatkan *work value* sebagai kebutuhan terpenting, di antaranya yaitu gaji, jam kerja, dan *work life balance* (Human Resource Management International Digest, 2016). Hal ini sejalan dengan pendapat Sacks (2006) yang menyatakan generasi Y memiliki karakteristik kepribadian dimana mereka mengejar *achievement* yang tinggi, terutama dalam hal karir. Generasi Y memiliki arah tujuan karir masing-masing dan sangat percaya bahwa mereka dapat mencapai apapun yang diinginkan. Generasi Y juga menuntut umpan balik secara instan dan sering dalam konteks pekerjaan.

Berkaitan dengan kepribadian, Allport & Cattell mengembangkan sebuah teori kepribadian dan kemudian dikembangkan lagi oleh Costa & McCrae, yaitu *Big-Five Personality*. *Big-Five Personality* merupakan pendekatan dalam psikologi kepribadian yang mengelompokkan lima trait kepribadian menggunakan analisis faktor (Allik & McCrae, 2002). Menurut Costa McCrae (Allik & McCrae, 2002), *Big Five Personality* adalah suatu pendekatan yang digunakan dalam psikologi untuk melihat kepribadian individu melalui trait yang tersusun dalam lima buah domain kepribadian yang telah dibentuk dengan menggunakan analisis faktor. Lima traits kepribadian tersebut adalah “OCEAN” yaitu *openness to experiences* (O), *conscientiousness* (C), *extraversion* (E), *agreeableness* (A), dan *neuroticism* (N).

Openness to experiences mengacu pada bagaimana seseorang bersedia melakukan penyesuaian pada suatu ide atau situasi yang baru (Allik & McCrae, 2002). *Conscientiousness* (C) mencerminkan kecenderungan untuk taat dan patuh pada aturan (Goldberg, Roberts, Chernyshenko, & Stark, 2005). *Extraversion* (E)

mencerminkan tingkatan individu yang senang bergaul, enerjik, dan aktif bersosial (John & Srivastava, 1999). *Agreeableness* (A) mengacu pada sejauh mana individu menggunakan norma untuk berperilaku yang baik (Barrick & Mount, 1991). *Neuroticism* (N) mengacu pada banyak dan kuatnya stimulus emosi negatif pada individu. Individu dengan trait kepribadian ini biasanya mudah cemas, depresi, marah, malu, khawatir, dan merasa tidak aman (Barrick & Mount, 1991).

Penelitian ini berfokus pada *openess to experience* dan *conscientiousness* karena kedua trait ini memperlihatkan kepribadian generasi Y dalam hal berkarir. Menurut Costa & McCrae, *conscientiousness* (C) mendeskripsikan kontrol terhadap lingkungan sosial, berpikir sebelum bertindak, menunda kepuasan, mengikuti peraturan dan norma, terencana, terorganisir, dan memprioritaskan tugas. Sedangkan, *openness to experiences* mengacu pada bagaimana seseorang bersedia melakukan penyesuaian pada suatu ide atau situasi yang baru.

Kedua trait ini yang akhirnya mempengaruhi seberapa kuat generasi Y bertahan pada pekerjaan atau memilih untuk melakukan *turnover*. Menurut Bloomquist dan Kleiner (2000) menyatakan bahwa *turnover* menimbulkan beberapa kerugian antara lain berupa keluarnya banyak biaya meliputi biaya iklan, biaya wawancara calon karyawan, pengadaan karyawan, orientasi, pelatihan, dan biaya tambahan lainnya jika biaya *turnover* meningkat sehingga *turnover* memberikan efek atau pengaruh yang nyata bagi perusahaan. Ini bukanlah kesalahan perusahaan atau kesalahan para milenial tersebut. Berbagai tekanan memang terjadi, di antaranya tekanan mengenai pemberian kompensasi pada pekerjaan *fresh graduate*, kompetisi di semua tingkatan, dan kurangnya pekerjaan

di pasar telah memaksa generasi milenial mendapatkan berbagai tekanan untuk membuat keputusan tempat mereka berkarir yang tidak seperti keadaan pada masa lalu.

Berbagai analisa terhadap fenomena *turnover intention* yang mayoritas melibatkan perilaku individu para pekerja di kalangan Generasi Y, maka penulis tertarik meneliti fenomena ini dari sudut pandang psikologi kepribadian. Penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai peran trait kepribadian yang dimiliki oleh generasi Y atau generasi milenial dalam hal *turnover intention* dan fokus penelitian penulis adalah pada trait kepribadian *conscientiousness* (C) dan *openness to experience* (O) yang dimiliki subjek penelitian. Judul penelitian ini adalah :**“Peran Trait Kepribadian *Conscientiousness* dan *Openness to Experience* Terhadap *Turnover Intention* Pada Generasi Y”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang diatas, maka diperoleh perumusan masalah sebagai berikut

- a. Apakah kedua trait kepribadian yaitu *openness to experience* dan *conscientiousness* memiliki peran yang simultan terhadap *turnover intention* pada generasi Y?
- b. Apakah trait kepribadian *openness to experience* memiliki peran yang signifikan terhadap *turnover intention* pada generasi Y?
- c. Apakah trait kepribadian *conscientiouesness* memiliki peran yang

signifikan terhadap *turnover intention* pada generasi Y?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini yaitu:

- a. Untuk mengetahui ada atau tidaknya peran trait kepribadian *openess to experience* dan *conscientiousness* terhadap *turnover intention* pada generasi Y.
- b. Untuk mengetahui ada atau tidaknya peran trait kepribadian *openess to experience* terhadap *turnover intention* pada generasi Y.
- c. Untuk mengetahui ada atau tidaknya peran trait kepribadian *conscientiousness* terhadap *turnover intention* pada generasi Y.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau masukan bagi perkembangan ilmu psikologi dan menambah kajian ilmu psikologi khususnya ilmu Psikologi Industri dan Organisasi serta untuk mengetahui kecenderungan perilaku *turnover intention* pada generasi Y atau para milenial, khususnya berdasarkan trait kepribadian yang dimilikinya.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan

bagi pihak perusahaan terutama para praktisi HRD dan Perguruan Tinggi maupun pihak mana saja yang terkait pada penanganan pekerja ketika fenomena *turnover intention* marak terjadi. Selanjutnya, bagi pihak lainnya diharapkan untuk dapat mengembangkan penelitian ini.

E. Penelitian Terdahulu

1. Nitya Aryani & Anand Samuel (2016) A Study on generational Differences in Work Values and Person-Organization Fit and Its effect on Turnover Intention of Generation Y in India (Management Research Review, Vol.39 Issue: 12, pp. 1695-1719)

Tujuan dari penelitian ~~makalah~~ ini yaitu untuk melihat perbedaan *work values* dan *Person-Organization* (P-O) pada *baby boomers*, generasi X, dan generasi Y di India, dan juga untuk memahami hubungan antara *person-organization* dan intensi *turnover* pada karyawan generasi Y. Hasil penelitian menunjukkan perbedaan signifikan dalam variabel *work values* antara generasi Y dengan generasi-generasi yang lebih tua. Selain itu, generasi Y juga memiliki perbedaan signifikan yang lebih tinggi pada variabel *person-organization* dibanding dengan generasi X dan *baby boomers*, hal ini memiliki pengaruh terhadap intensi *turnover*. Hasil penelitian menunjukkan implikasi yang menarik dalam hal penelitian *work values*, perbedaan dalam *work values* antara generasi Y dengan generasi lainnya seperti yang didokumentasikan oleh penelitian ini, menunjukkan bahwa para manajer harus siap berurusan dengan pekerja generasi baru dengan beragam *work values*.

2. Ni Putu Ayu Saraswati Ramadhany & Nicholas Simarmata (2014) Hubungan Pelanggaran Kontrak Psikologis dan Kepribadian Tipe A dengan Intensi Turnover Karyawan Bank (Jurnal Psikologi Udayana)

Penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan antara pelanggaran kontrak psikologis dan kepribadian tipe A dengan intensi *turnover* pada karyawan bank. Subjek penelitian berasal dari bank X Denpasar sejumlah 52 orang. Hasil penelitian menggunakan regresi ganda dan korelasi parsial menunjukkan hubungan positif antara pelanggaran kontrak psikologis dan kepribadian tipe A dengan intensi *turnover* dan berkontribusi besar terhadap intensi *turnover*. Variabel kepribadian tipe A memiliki hubungan positif signifikan dengan intensi *turnover*. Namun, pelanggaran kontrak psikologis tidak memiliki hubungan dengan intensi *turnover*.

3. Susanna Kultalahti and Riitta Viitala (2015) Generation Y – Challenging Clients for HRM? (Journal of Managerial Psychology, Vol.30 Iss 1 pp. 101-114)

Penelitian kualitatif ini bertujuan untuk lebih mengetahui bagian penting kontrak kerja psikologi bagi generasi Y. Data empiris dikumpulkan dari facebook menggunakan *metode of empathy-based stories* (MEBS). Hasil dari penelitian ini ditemukan beberapa faktor lain yang berbeda dari penemuan umum sebelumnya yaitu keinginan dalam meningkatkan kompetensi diri dan faktor waktu yang merupakan sangat signifikan bagi milenial. Implikasi hasil penelitian ini bagi dunia HRD yaitu menunjukkan bahwa angkatan kerja milenial memberikan tantangan kepada para profesional HRD dalam

praktiknya yang menawarkan struktur waktu yang fleksibel sistematis, prosedur pengembangan diri, dan pelatihan kepemimpinan.

- 4. Florina Pinzaru, Elena-madalina Vatamanescu, Andreea Mitan, Rodica Savulescu, Alexandra Vitelar, Cosmina Noaghea, & Madalina Balan (2014) Millenials at Work: Investigating The Specifity of Generation Y versus Other Generations (Management Dynamics in The Knowledge Economy Vol.4 No.2 pp. 172-192)**

Penelitian ini berupaya mencari perbedaan antara milenial dengan generasi lainnya dalam hal *value*, karakter kepribadian, dan reaksi ketika menghadapi stres kerja. *Hogan assesment personality inventories* digunakan dalam penelitian dengan subjek Generasi Y sebanyak 1000 orang (usia 29 tahun kebawah) dan generasi lainnya 3000 orang (diatas usia 29 tahun). Sejumlah temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa milenial termotivasi oleh pengakuan publik, mendapatkan apapun dengan instan, respon positif dan kepuasan. Karena mereka perlu menyeimbangkan antara kehidupan pribadi dan profesional, serta lingkungan yang nyaman, mereka memerlukan jadwal kerja yang fleksibel, membenci berlama-lama di kantor setelah jam kerja. Mereka juga termotivasi untuk menjadi bagian dari berbagai jaringan sosial masyarakat, bekerja di berbagai tim, milenial dapat dengan mudah mendapatlan kepuasan ketika mendapat tugas yang berkaitan dengan interaksi sosial yang datang dari berbagai perbedaan latar belakang. Mereka pun termotivasi oleh pekerjaan lapangan tanpa adanya aturan yang ketat dan pendekatan kerja yang masih tradisional, mereka cenderung untuk menantang

status quo dan mereka tidak akan bersabar untuk bertahan di pekerjaan yang sama selama bertahun-tahun

5. Vittal S. Anantatmula & Bobbie Shrivastav (2012) Evolution of Project Teams for Generation Y Workforce (International Journal of Managing Projects in Business, Vol.5 Issue 1, pp. 9-26)

Tujuan dari penelitian dalam makalah ini adalah mengembangkan dasar pengetahuan bagi para manajer supaya memahami dan menangani isu-isu yang timbul oleh para Generasi Y yang bekerja dengan generasi lainnya. Metode penelitian ini terdiri dari berbagai analisa beberapa temuan literatur dan dari hasil survei dalam studi eksplorasi pada Generasi Y selaku profesional. Hasil penelitian menemukan bahwa terjadi kesenjangan dalam beberapa isu. Generasi Y dipandang tidak baik dan mereka berjuang ketika harus bekerja sama dengan generasi lainnya. Masalah kesenjangan ini mungkin bervariasi tergantung pada jenis industri dan komposisi tenaga kerja.

6. Sonya Venesianila Fatoni (2013) Kecenderungan Perilaku Kerja Kontradiktif Ditinjau Dari *Big-Five Personality* pada Pegawai Negeri Sipil Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Jawa Tengah di Semarang.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antar kepribadian individu-individu ditinjau dari *Big-Five Personality* dengan kecenderungan perilaku kerja kontraproduktif. Subjek penelitian ini adalah PNS di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Jawa Tengah di Semarang. Hasil dari penelitian ini yaitu terdapat hubungan yang negatif dan signifikan antara

kepribadian (*big five* personality) dengan kecenderungan perilaku perilaku kerja kontraproduktif pada PNS Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Jawa Tengah di Semarang. Hasil analisis tambahan menunjukkan bahwa skor yang tinggi pada trait *conscientiousness* (C), *agreeableness* (A), dan *openness to experiences* (O) memberikan pengaruh pada rendahnya kecenderungan perilaku kerja kontraproduktif.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Tinjauan Teoritis

1. Kepribadian

Menurut Feist (2006) kepribadian adalah suatu pola watak yang relatif permanen, dan sebuah karakter unik yang memberikan konsistensi sekaligus individualitas bagi perilaku seseorang. Sesuai dengan konsep kepribadian Allport (Feist, 2006) yaitu kepribadian bersifat fisik dan psikologis, mencakup perilaku yang tampak dan pikiran yang terungkap. Kepribadian bukan hanya sesuatu, tetapi juga melakukan sesuatu. Menurut Woodworth (Yusuf & Nurihsan, 2007) kepribadian yaitu kualitas 14 tingkah laku total individu, sedangkan Koentjaraningrat (Sobur, 2009) menyebut kepribadian sebagai susunan unsur-unsur akal dan jiwa yang menentukan perbedaan tingkah laku atau tindakan dari tiap-tiap individu manusia.

McCrae dan Costa (Cloninger, 2009) mendefinisikan kepribadian sebagai penyebab yang ada dalam diri individu yang kemudian muncul dalam bentuk perilaku dan pengalaman, lain dengan trait yang didefinisikan sebagai karakteristik yang bervariasi dari masing-masing individu yang menyebabkan individu tersebut berperilaku secara konsisten. Menurut Costa McCrae (Dariyo, 2004) kepribadian merupakan hubungan antar faktor yang terdiri dari berbagai sifat yang saling berkaitan antara satu dengan lainnya yang kemudian akan memengaruhi pola

perilaku individu yang bersangkutan dalam menghadapi masalah-masalah dalam lingkungan hidupnya.

2. *Big-Five Personality*

Big-Five Personality merupakan salah satu pendekatan dalam psikologi kepribadian yang dipelopori oleh Allport & Cattell dan dikembangkan oleh Costa & McCrae. Menurut McCrae (dalam Pervin, Cervone, & John 2005) *big-five personality* dibentuk dengan menggunakan pendekatan yang sederhana, yaitu dengan meneliti unit dasar dari kepribadian melalui pengamatan dan menganalisis kata-kata individu dalam kehidupan sehari-harinya untuk menggambarkan kepribadian.

Big-Five Personality melihat kepribadian individu melalui trait yang tersusun dalam lima buah domain kepribadian yang telah dibentuk. Penilaian dalam kepribadian lima besar tidak menghasilkan satu trait tunggal yang dominan, tetapi menunjukkan seberapa kuat setiap trait dalam diri seseorang. Lima trait kepribadian tersebut adalah “OCEAN” yaitu *openness to experiences* (O), *conscientiousness* (C), *extraversion* (E), *agreeableness* (A), dan *neuroticism* (N). (McCrae dalam Pervin, Cervone, & John, 2005).

a. *Openness to Experiences* (O)

Faktor *openness to experiences* mengacu pada bagaimana seseorang bersedia melakukan penyesuaian pada suatu ide atau situasi yang baru. Seseorang dengan faktor *openness to experiences* yang tinggi akan mudah

bertoleransi, menyerap informasi, sangat fokus dan mampu untuk waspada pada berbagai perasaan, pemikiran dan impulsivitas.

Seseorang dengan tingkat *openness to experiences* yang tinggi digambarkan sebagai seseorang yang memiliki nilai imajinasi dan *broadmindedness*. Sedangkan seseorang yang memiliki tingkat *openness to experiences* yang rendah memiliki nilai kebersihan, kepatuhan, dan keamanan bersama, mempunyai pemikiran yang sempit, konservatif dan tidak menyukai adanya perubahan. Pencapaian kreatifitas lebih banyak terjadi pada seseorang dengan tingkat *openness to experiences* yang tinggi dan tingkat *agreeableness* yang rendah. Seseorang yang kreatif, memiliki rasa ingin tahu, dan terbuka terhadap pengalaman lebih mudah untuk mendapatkan solusi bagi masalahnya.

b. *Conscientiousness* (C)

Conscientiousness dapat disebut juga dengan *dependability*, *impulse control*, dan *will to achieve* yang menggambarkan perbedaan keteraturan dan disiplin diri seseorang. Seseorang dengan tingkat *conscientious* yang tinggi memiliki nilai kebersihan dan ambisi yang tinggi pula. Mereka biasanya digambarkan sebagai seseorang yang tertata, tepat waktu, dan sangat ambisius.

Conscientiousness mendeskripsikan kontrol terhadap lingkungan sosial, berpikir sebelum bertindak, menunda kepuasan, mengikuti

peraturan dan norma, terencana, terorganisir, dan memprioritaskan tugas. Sisi negatif dari trait kepribadian ini adalah seseorang menjadi sangat perfeksionis, kompulsif, *workaholic*, dan membosankan. Sedangkan seseorang dengan tingkat *conscientiousness* yang rendah akan menunjukkan sikap ceroboh, tidak terarah, serta mudah teralih perhatiannya.

c. *Extraversion (E)*

Extraversion biasa disebut juga dengan faktor dominan-patuh (*dominance-submissiveness*). Faktor ini merupakan dimensi yang penting dalam kepribadian karena *extraversion* dapat memprediksi banyak tingkah laku sosial. Menurut penelitian, seseorang dengan faktor *extraversion* yang tinggi akan mengingat semua interaksi sosial serta mampu berinteraksi dengan lebih banyak orang jika dibandingkan dengan seseorang dengan tingkat *extraversion* yang rendah.

Dalam berinteraksi, seseorang dengan faktor *extraversion* yang tinggi juga akan lebih banyak memegang kontrol dan keintiman. Mereka dianggap sebagai orang-orang yang ramah, *fun-loving*, *affectionate*, dan *talkative*. *Extraversion* dicirikan dengan afek-afek positif seperti memiliki antusiasme yang tinggi, senang bergaul, memiliki emosi yang positif, energik, tertarik dengan banyak hal, ambisius, *workaholic*, serta ramah terhadap orang lain. *Extraversion* memiliki tingkat motivasi yang tinggi dalam bergaul, menjalin hubungan baik dengan sesama dan dominan di

dalam lingkungannya. *Extraversion* dapat memprediksi perkembangan dari hubungan sosial. Seseorang dengan faktor *extraversion* yang tinggi dapat lebih cepat berteman daripada yang memiliki tingkat *extraversion* rendah. *Extraversion* mudah termotivasi oleh perubahan, variasi dalam hidup, tantangan dan mudah merasa bosan. Sedangkan orang-orang dengan tingkat *extraversion* rendah akan cenderung bersikap tenang dan menarik diri dari lingkungannya.

d. Agreeableness (A)

Agreeableness dapat disebut juga dengan *social adaptability* atau *likability* yang mengindikasikan seseorang yang ramah, selalu mengalah, menghindari konflik dan cenderung untuk mengikuti orang lain. Berdasarkan hasil survei, seseorang yang memiliki dengan faktor *agreeableness* yang tinggi digambarkan sebagai seseorang suka membantu, *forgiving* dan penyayang. Jika seseorang dengan tingkat *agreeableness* yang tinggi sedang berhadapan dengan konflik, *self-esteem* mereka akan cenderung menurun. Selain itu, ciri dari seseorang yang memiliki tingkat *agreeableness* yang tinggi adalah menghindari dari usaha langsung dalam menyatakan kekuatan sebagai usaha untuk memutuskan konflik dengan orang lain.

Pria yang memiliki tingkat *agreeableness* yang tinggi dengan penggunaan power yang rendah, akan lebih menunjukkan kekuatan jika dibandingkan dengan wanita. Sedangkan orang-orang dengan tingkat

agreeableness yang rendah cenderung untuk lebih agresif dan kurang kooperatif.

e. **Neuroticism (N)**

Neuroticism menggambarkan seseorang yang memiliki masalah dengan emosi yang negatif seperti rasa khawatir dan rasa tidak aman. Secara emosional, seseorang dengan faktor *neuroticism* yang tinggi akan cenderung labil. Sedangkan seseorang dengan tingkat *neuroticism* yang rendah cenderung akan lebih gembira dan puas terhadap hidupnya. Selain memiliki kesulitan dalam menjalin hubungan maupun berkomitmen, seseorang dengan faktor *neuroticism* yang tinggi juga memiliki tingkat *self-esteem* yang rendah. Mereka mudah mengalami kecemasan, marah, depresi, dan memiliki kecenderungan *emotionally reactive*.

Neuroticism berlawanan dengan kestabilan emosi yang mencakup perasaan-perasaan negatif, seperti kecemasan, kesedihan, mudah marah, dan ketegangan. *Openness to Experiences* menjelaskan keluasan, kedalaman, dan kompleksitas dari aspek mental dan pengalaman hidup. *Extraversion* dan *Agreeableness* merangkum sifat-sifat interpersonal, yaitu apa yang dilakukan seseorang dan apa yang dilakukan kepada orang lain. Sedangkan *conscientiousness* menjelaskan perilaku pencapaian tujuan dan kemampuan mengendalikan dorongan yang diperlukan dalam kehidupan sosial (Pervin, 2005). Untuk lebih memahami kelima faktor atau trait kepribadian *Big-Five*, di bawah ini pada Tabel 1

menjelaskan gambaran karakteristik-karakteristik yang didapat dari hasil penelitian Costa dan McRae tahun 1985-1992 (Pervin, 2005), yaitu sebagai berikut :

Tabel 2.1 Gambaran Karakteristik *Big-Five's Traits*

Karakteristik skor rendah	Skala Trait	Karakteristik skor tinggi
Mengikuti apa yang sudah ada, <i>down to earth</i> , tertarik hanya pada satu hal, tidak memiliki jiwa seni, kurang analitis.	<i>Openness (O)</i> Mengukur keinginan untuk mencari dan menghargai pengalaman baru, Senang mengetahui sesuatu yang tidak familiar.	Rasa ingin tahu tinggi, ketertarikan luas, kreatif, original, imajinatif, tidak ketinggalan jaman.
Tidak bertujuan, tidak dapat dipercaya, malas, kurang perhatian, lalai, ceroboh, tidak disiplin, keinginan lemah, suka bersenang-senang.	<i>Conscientiousness (C)</i> Mengukur tingkat keteraturan seseorang, ketahanan dan motivasi dalam mencapai tujuan. Berlawanan dengan ketergantungan, dan kecenderungan untuk menjadi malas dan lemah.	Teratur, dapat dipercaya, pekerja keras, disiplin, tepat waktu, teliti, rapi, ambisius, tekun.
Tidak ramah, tidak periang, tenang, menyendiri, <i>task-oriented</i> , pemalu, pendiam.	<i>Extraversion (E)</i> Mengukur kuantitas dan intensitas interaksi intrapersonal, level aktivitas, kebutuhan akan stimulasi, dan kapasitas kesenangan.	Mudah bergaul, aktif, <i>talkative, person-oriented</i> , optimis, menyenangkan, penuh kasih sayang, bersahabat.
Sinis, kasar, curiga, tidak mau bekerjasama, pendendam, kejam, mudah marah, manipulatif.	<i>Agreeableness (A)</i> Mengukur kualitas orientasi interpersonal seseorang, mulai dari perasaan kasihan sampai pada sikap permusuhan dalam hal pikiran, perasaan, dan tindakan.	Berhati lembut, baik, suka menolong, dapat dipercaya, mudah memaafkan, mudah untuk dimanfaatkan, terus terang.

Tenang, santai, tidak emosional, tabah, nyaman, puas terhadap diri sendiri.	<p><i>Neuroticism (N)</i></p> <p>Mengukur penyesuaian vs ketidakstabilan emosi. Mengidentifikasi kecenderungan individu akan <i>distress</i> psikologi, ide-ide yang tidak realistis, kebutuhan atau keinginan yang berlebihan, dan respon <i>coping</i> yang tidak sesuai.</p>	Khawatir, cemas, emosional, merasa tidak nyaman, kurang penyesuaian, dan kesedihan yang tak beralasan.
---	--	--

3. Intensi *Turnover*

a. Definisi *Turnover*

Turnover didefinisikan sebagai tindakan menarik diri dari sebuah organisasi baik secara sukarela ataupun tidak (Robbins, 2005). Morhead dan Griffin (1996) mendefinisikan *turnover* sebagai penghentian secara permanen seseorang dari pekerjaannya di suatu organisasi kerja. Maka dapat disimpulkan bahwa *turnover* adalah keluarnya seorang dari suatu perusahaan.

Turnover dapat dibagi menjadi *voluntary* dan *involuntary* (Robbins, 1986). *Voluntary turnover* adalah pengunduran diri berdasarkan inisiatif karyawan sendiri. Hal ini dapat merugikan perusahaan terutama jika dilakukan oleh karyawan yang memiliki produktifitas tinggi atau menempati posisi yang vital bagi perusahaan. Sedangkan *involuntary turnover* adalah keluarnya karyawan dari perusahaan bukan berdasarkan inisiatif karyawan itu sendiri, contohnya yaitu pemutusan hubungan kerja yang dilakukan oleh perusahaan karena kesalahan karyawan. Dalam

penelitian ini yang akan diteliti adalah *voluntary turnover* dimana karyawan memutuskan untuk meninggalkan perusahaan atas kemauan pribadi.

Berdasarkan fungsinya, *turnover* dapat dibagi menjadi dua jenis, yaitu fungsional dan disfungsional. *Turnover* fungsional terjadi apabila keluarnya karyawan merupakan suatu keuntungan bagi perusahaan. Misalnya karyawan yang tidak produktif atau pemutusan hubungan kerja yang dilakukan oleh perusahaan karena keadaan ekonomi. Sedangkan *turnover* disfungsional merupakan suatu kerugian bagi perusahaan, manakala *turnover* ini terjadi saat karyawan memiliki produktivitas tinggi.

b. Definisi *Turnover Intention*

Intensi menurut Fishbein dan Azjen (Mulyapradana, 2014) adalah kemungkinan subjektif seseorang yang melibatkan hubungan antar dirinya dan sesuatu perbuatan tertentu. Dijelaskan lebih lanjut bahwa pembentukan intensi pada diri seseorang terikat dalam suatu perilaku tertentu. Intensi terbentuk dalam rangka memenuhi faktor-faktor kebutuhan yang memiliki dampak pada perilaku. Maka dari itu, intensi mengarahkan perilaku agar ditampilkan pada waktu dan kesempatan yang tepat.

Turnover intention lebih mengarah pada kenyataan akhir yang dihadapi organisasi berupa jumlah karyawan yang meninggalkan organisasi. Keinginan berpindah mengacu pada hasil evaluasi individu mengenai kelanjutan hubungannya dengan organisasi dan belum

ditunjukkan tindakan pasti meninggalkan organisasi (Lekatompessy, 2003). Mobley (1979) mengartikan intensi *turnover* sebagai proses pengambilan keputusan untuk meninggalkan perusahaan yang dilakukan sebagai tindak lanjut dari suatu pengalaman yang mengecewakan yang dialami individu dalam suatu organisasi.

c. Penyebab *Turnover*

Terdapat banyak faktor yang menyebabkan *turnover*. Menurut Tuttle dan Muchinsky (1979), terjadinya *turnover* pada karyawan lebih pada ketidakpuasan. Hal ini menyangkut banyak hal yang meliputi:

- a) Faktor individual, meliputi kebutuhan yang dimiliki, nilai yang dianut dan kepribadian.
- b) Faktor diluar individu yang berhubungan dengan pekerjaan, meliputi:
 - 1) Pekerjaan itu sendiri termasuk tugas-tugas yang diberikan, variasi dalam pekerjaan, kesempatan untuk belajar dan banyaknya pekerjaan.
 - 2) Mutu pengawasan dan perngawas, termasuk di dalamnya hubungan antara atasan dan bawahan, pengawasan kerja dan kualitas kerja.
 - 3) Rekan sekerja meliputi hubungan antar karyawan.
 - 4) Promosi, berkaitan erat dengan masalah kenaikan jabatan, kesempatan untuk maju dan pengembangan karir.
 - 5) Gaji yang diterima, meliputi besarnya gaji dan kesesuaian gaji dengan pekerjaan.
 - 6) Kondisi kerja , meliputi waktu kerja, keamanan kerja, dan peralatan

kerja

- 7) Perusahaan dan manajemen, meliputi kebijakan perusahaan, perhatian perusahaan akan karyawannya dan sistem penggajian
- 8) Keuntungan bekerja di perusahaan, seperti pensiun, jaminan kesehatan dan cuti
- 9) Pengakuan, seperti pujian akan prestasi karyawannya.

Sedangkan menurut Mobley (Mulyapradana, 2012), ada tiga variabel utama yang menyebabkan *turnover*, yaitu:

- a) Variabel ekonomi, hal ini meliputi tingkat pengangguran, laju lowongan kerja, produksi nasional bruto, neraca perdagangan, dan laju inflasi.
- b) Variabel organisasi, *turnover* lebih sering terjadi pada tingkat yang lebih tinggi, selain itu faktor rutinitas kerja, kurangnya pertimbangan dari penyedia, banyaknya sentralisasi dan kurangnya kerjasama dan buruknya komunikasi dapat menyebabkan pengunduran diri karyawan
- c) Variabel individu
 - 1) Variabel demografik individu meliputi usia, masa kerja, jenis kelamin, pendidikan dan status pernikahan.
 - 2) Variabel pribadi yang meliputi kepribadian, minat, bakat dan kemampuan
 - 3) Variabel terpadu meliputi kepuasan kerja, aspirasi dan harapan atas karir, keterikatan pada organisasi dan harapan-harapan pada pekerjaan lain.

Dari kedua pendapat diatas, dapat disimpulkan bahwa perilaku individu merupakan penyebab dari terjadinya *turnover* pada karyawan.

4. Generasi Y atau Milenial

Generasi Y dikenal juga dengan nama *Millenials* atau milenial yang disadur dari istilah pada buku Strauss dan Howe *Millenials Rising : The Next Generation*. Bursch (2014) mengatakan bahwa Generasi Y diidentifikasi sebagai generasi yang paling beragam (sifat, perilaku dan kultur) dan Generasi Y akan sangat mewarnai keragaman di tempat kerja. Chester (2002) mendapatkan karakteristik positif mereka diantaranya adaptif, inovatif, efisien, ulet, toleran, dan berkomitmen dan karakter negatif diantaranya tidak sabar, tidak peka, kurang memiliki ikatan, skeptis, tidak sopan, dan terlalu ekspresif (Anantatmula & Shrivastav, 2012). Beberapa karakteristik yang mendefinisikan generasi Y diantaranya yaitu tidak anti terhadap keberagaman, berfikir global, independen, adaptif terhadap berbagai macam situasi dan *multitasking*. Namun, kekurangan mereka diantaranya yaitu minimnya loyalitas terhadap atasan dan keberanian dalam mengambil resiko yang dapat memungkinkan mereka untuk sering berpindah tempat kerja (Gale, 2007 dalam Anantatmula & Shrivastav, 2012).

Generasi Y menampilkan *self-esteem* tinggi, kekaguman pada diri sendiri, kecemasan, depresi, tidak menuntut tinggi kebutuhan dalam penerimaan di masyarakat, dan memiliki lebih banyak *locus of control* eksternal (Twenge & Campbell, 2008 dalam Anantatmula & Shrivastav, 2012), mereka telah memiliki komputer pribadi sejak usia muda, pengalaman dalam pemanfaatan

internet pun sudah dimiliki jadi mereka memahami bahwa mereka dapat menemukan informasi dalam hitungan detik (Generasi Y: Milenial, 2006). Generasi Y merupakan representasi dari komputer mereka sendiri (Junco & Mastrodicasa, 2007 dalam Anantatmula & Shrivastav, 2012), mereka cenderung nyaman dengan ide-ide baru dan berbagai pembelajaran dalam bentuk visual. Mereka pun memiliki kecenderungan dalam melawan *status quo* atau bahkan bertanya mengenai prosedur pekerjaan apabila mereka tidak nyaman dengan suatu keputusan (Anantatmula & Shrivastav, 2012)

Menurut Pooley (2005) melalui kajian penelitian terdahulu menyebutkan bahwa para Generasi Y hadir ke tempat kerja dengan perspektif yang unik, mereka memiliki pendekatan yang berbeda dalam cara memandang pekerjaan mereka, bersosialisasi dengan orang lain, dan dalam hal komunikasi. Mereka menggunakan cara yang berbeda sekaligus tidak dimengerti oleh generasi lainnya dan gaya manajemen para Generasi Y dapat menyebabkan sikap skeptis di kalangan generasi lainnya. (Anantatmula & Shrivastav, 2012).

Di tempat kerja, para Generasi Y lebih cenderung memilih pekerjaan yang memiliki profil tinggi pada tahap awal menjalani karir. Hal ini juga disebabkan sifat ambisius dan kompetitif mereka, mereka nyaman dalam berkompetisi dan memiliki hasrat untuk tumbuh dan mendapat pengakuan. Selanjutnya, mereka tidak berharap tinggal di posisi yang sama dalam jangka waktu yang panjang. Mereka pun memiliki kemauan untuk belajar dengan berbagai segmen di organisasi dalam upaya melihat “Gambaran Besar” sehingga membuat diri mereka berharga dalam organisasi (Pooley, 2005)

B. Keterkaitan Trait *Openness to Experience* dan *Conscientiousness* dengan *Turnover Intention*

Angkatan kerja Indonesia berdasarkan survei yang dilakukan oleh Gallup (2016), sebanyak 49% merupakan Generasi Y atau generasi milenial. Tentunya besaran presentase tersebut menjadikan Generasi Y sebagai angka mayoritas angkatan kerja di Indonesia pada saat ini. Namun sayangnya, Generasi Y memiliki beberapa karakter unik yang membuat organisasi dalam keadaan sulit, salah satunya yaitu *turnover*. Gale (2007) (dalam Anantatmula & Shrivastav, 2012) menyatakan bahwa kekurangan mereka diantaranya yaitu minimnya loyalitas terhadap atasan dan keberanian dalam mengambil resiko yang dapat memungkinkan mereka untuk sering berpindah tempat kerja. Berbagai analisa terhadap fenomena *turnover* melibatkan perilaku individu para pekerja di kalangan Generasi Y, sehingga dalam hal ini kepribadian yang dimiliki oleh setiap individu menentukan perilaku yang dilakukan.

Perbedaan kepribadian karyawan merupakan fenomena yang umum terjadi di dalam organisasi (Jamal & Baba, 2001). Perbedaan kepribadian ini dapat menyebabkan perbedaan kinerja karyawan, hubungan sosialnya (Matteson, Ivancevich, & Smith, dalam Jamal & Baba, 2001), dan juga stress kerjanya (Jamal & Baba, 2003). Oleh sebab itu, fenomena perilaku kerja seperti *turnover* juga akan terkait dengan kepribadian yang dimiliki individu.

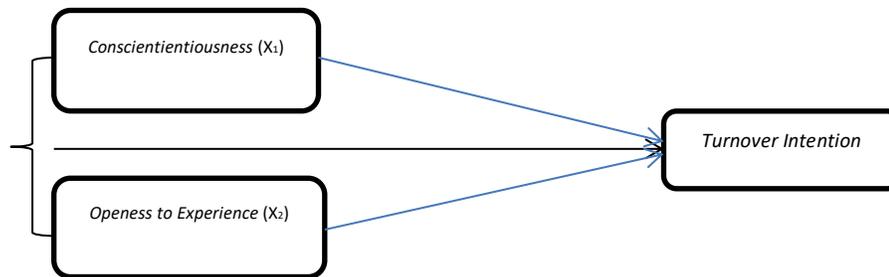
Kepribadian atau trait yang akan diteliti pada penelitian ini adalah *conscientiousness* dan *openness to experience* dari *Big-Five Personality*. Menurut

analisa Costa & McCrae pada table 2.1, seseorang dengan tingkat *openness to experiences* memiliki serta bisa mengukur keinginan untuk mencari dan menghargai pengalaman baru juga senang mengetahui sesuatu yang tidak familiar. Selain itu, menurut Maertz & Griffeth (2004) berpendapat bahwa individu yang memiliki *openness to experience* cenderung menghargai perubahan dalam pekerjaan. Sedangkan karakter positif generasi Y diantaranya adaptif dan inovatif. Namun, menurut Zimmerman (2008) menyatakan bahwa individu dengan skor tinggi pada trait ini lebih mungkin meninggalkan organisasi untuk mencoba kesempatan lain terlepas dari bagaimana perasaan mereka terhadap pekerjaannya. Ini sejalan dengan karakter negatif yang dimiliki generasi Y yaitu kurang memiliki ikatan dan terlalu ekspresif.

Selain itu, trait berikutnya yaitu *conscientiousness* juga merupakan dimensi yang dapat mempengaruhi perilaku individu. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Ashar & Alishahi (dalam Suaidah, 2016) menyatakan bahwa apabila seseorang memiliki *conscientiousness* maka orang tersebut tidak akan melakukan perilaku yang menyimpang. Sedangkan menurut Witt, Burke, dkk (2002) yang menyatakan bahwa pekerja *conscientiousness* cenderung teratur, disiplin, bisa diandalkan, serta memiliki tujuan, karena mereka lebih mungkin menyelesaikan tugas dengan benar, tetap fokus dengan tugas kerja, dan mengambil inisiatif menyelesaikan masalah. Di samping itu, generasi Y memiliki karakter ulet, efisien, dan berkomitmen (Chester, 2002). Sehingga, mereka memiliki tanggung jawab moral untuk bertahan di dalam organisasi.

Oleh karena itu, trait kepribadian *openness to experience* dan *conscientiousness* pada *Big-Five Personality* akan diteliti perannya terhadap *turnover intention*.

C. Kerangka Pemikiran



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Penelitian ini mencoba untuk menganalisis peran dari variabel independen (*conscientiousness* dan *openness to experience*) terhadap variabel dependen (*turnover intention*). Digambarkan diatas terdapat beberapa dua garis yang berbeda. Garis yang pertama berwarna hitam untuk mengetahui peran dari variabel independen secara simultan (bersama) terhadap variabel dependen. Penulis ingin mengetahui peran trait *conscientiousness* dan *openness to experience* secara simultan terhadap *turnover intention*. Sedangkan garis yang berwarna biru untuk mengetahui peran dari secara parsial variabel independen terhadap kedua variabel dependen. Penulis ingin mengetahui peran trait *conscientiousness* terhadap *turnover intention* dan peran trait *openness to experience* terhadap *turnover intention*.

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian (Sugiyono, 2013). Jawaban sementara memiliki arti bahwa jawaban tersebut belum dibuktikan melalui penelitian atau bukti-bukti empiris yang mendukung rumusan masalah.

H1 : Trait kepribadian *Openess to Experience* (O) dan *Conscientiousness* (C) secara simultan memiliki peran terhadap *turnover intention* yang dilakukan oleh generasi Y.

H2 : Trait kepribadian *Openess to Experience* (O) memiliki peran signifikan terhadap *turnover intention* yang dilakukan oleh generasi Y.

H3 : Trait kepribadian *Conscientiousness* (C) tidak memiliki peran signifikan terhadap *turnover intention* yang dilakukan oleh generasi Y.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Berpijak pada masalah dan tujuan yang telah dirumuskan, maka dalam penelitian ini digunakan metode Analisis Korelasi. Desain penelitian analisis korelasi dipilih karena akan mempelajari hubungan dua variabel atau lebih, yakni hubungan variasi dalam satu variabel dengan variasi dalam variabel lain (Arifin, 2011). Dalam hal ini penulis ingin meneliti peran trait kepribadian *openess to experience (O)* dan *conscientiousness (C)* pada Generasi Y atau disebut milenial, yang produktif bekerja terhadap *turnover intention*.

B. Identifikasi Variabel

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek, atau suatu kegiatan yang mempunyai variasi yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari yang kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013). Didalam penelitian ini, penulis menggunakan dua variabel utama dengan dua variasi variabel bebas:

1. Variabel Bebas (X)

X1 : *Conscientiousness (C)*

X2 : *Openess to Experience (O)*

2. Variabel Terikat (Y)

Y : *Turnover Intention*

C. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan suatu definisi mengenai variabel yang dirumuskan berdasarkan karakteristik-karakteristik variabel yang dapat diamati (Azwar, 2012). Definisi operasional pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Trait Kepribadian *Conscientiousness*(C)

Conscientiousness (C) mencerminkan kecenderungan individu yang mengandalkan kehati-hatian dan kepatuhan terhadap aturan. *Conscientiousness* (C) digambarkan dengan individu yang patuh, terkontrol, teratur, ambisius, berfokus pada pencapaian dan disiplin diri. Individu dengan *conscientiousness* (C) yang tinggi adalah pekerja keras, cermat, dan tepat waktu. Dimensi trait *conscientiousness* (C) berdasarkan skala *Big-Five Inventory* (BFI) milik Goldberg yang diadaptasi oleh Ramdhani (2012) yaitu disiplin, patuh, kompetensi, teratur, pertimbangan, dan pencapaian prestasi.

2. Trait Kepribadian *Openness to Experience* (O)

Openness to experience mempunyai ciri mudah bertoleransi, kapasitas untuk menyerap informasi, menjadi sangat fokus dan mampu untuk waspada pada berbagai perasaan, pemikiran dan impulsivitas. Seseorang dengan tingkat *openness to experience* yang tinggi digambarkan sebagai seseorang yang memiliki nilai imajinasi, *broadmindedness*, dan *a world of beauty*. Dimensi trait *openness to experience* yaitu imajinasi, keindahan, perasaan, tindakan, ide-ide, dan nilai-nilai (Ramdhani, 2012).

3. *Turnover Intention*

Turnover Intention adalah pemikiran atau keinginan karyawan untuk meninggalkan perusahaan tempat karyawan tersebut bekerja. *Turnover intention* dimulai karena ketidakpuasan karyawan pada perusahaan lalu muncul pemikiran untuk keluar (*thought of quitting*), dan dilanjutkan dengan intensi untuk mencari pekerjaan lain (*intention to search*) dan kemudian menjadi *turnover intention*. *Turnover intention* diukur menggunakan teori milik Mobley yang telah diadaptasi oleh Mulyapradana (2012). Total aitem pada angket ini berjumlah 13 aitem. Reliabilitas dari alat ukur ini adalah 0.819 dengan menggunakan penghitungan *cronbach alpha*.

Tabel 2 dimensi *turnover intention*

No	Dimensi
1.	Adanya pemikiran untuk meninggalkan organisasi (<i>Thinking of quit</i>)
2.	Intensi mencari pekerja lain (<i>Intention to search</i>)
3.	Intensi untuk meninggalkan pekerjaan (<i>Intention to quit</i>)

D. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan subjek yang menjadi sasaran penelitian. Populasi didefinisikan sebagai kelompok subjek yang akan dikenai generalisasi hasil penelitian (Azwar, 2012). Populasi dalam penelitian ini adalah para generasi Y yang produktif bekerja.

2. Teknik Pengambilan Sampel

Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *non probability sampling* dimana sampel dipilih karena tidak semua unsur atau elemen populasi mempunyai kesempatan sama untuk bisa dipilih menjadi sampel (Darmawan, 2014). Sampel diambil dengan teknik *purposive sampling*. Teknik *pusposive sampling* ini digunakan karena sampel dipilih berdasarkan ciri-ciri atau kriteria tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti sehingga relevan dengan penelitian ini. Adapun kriteria dalam penelitian ini adalah para generasi Y yang sedang produktif bekerja di rentang umur 22 hingga 40. Klasifikasi rentang kelahiran (1977-1995) merupakan jalan tengah yang dipilih peneliti berdasarkan beragam pendapat penelitian mengenai tahun kelahiran generasi Y. Kriteria berikutnya responden harus memiliki lama kerja lebih dari 6 bulan sebagai batas minimal individu menjalani proses adaptasi di lingkungan organisasi yang berkaitan, dan kriteria selanjutnya yaitu responden memiliki status sebagai pekerja *full timer*. Menurut undang-undang tenaga kerja no. 13 tahun 2003, pekerja *full timer* adalah bekerja 6 hari dalam seminggu maka jam kerja adalah 7 jam dalam 1 hari dan 40 jam dalam 1 minggu. Sedangkan bekerja 5 hari kerja dalam 1 minggu, kewajiban bekerja 8 jam dalam 1 hari dan 40 jam dalam 1 minggu.

3. Sampel

Sampel menurut Siregar (2014) merupakan sebagian populasi yang diambil dan dipergunakan untuk menentukan sifat serta ciri yang dikehendaki dari suatu populasi.

Penentuan jumlah sampel dengan populasi besar tidak diketahui jumlahnya, yakni dengan menggunakan rumus Rao Purba.

$$n = \frac{z^2}{4(moe)^2} = \frac{1,96^2}{4(0,1)^2} = 96,04$$

Keterangan :

n : jumlah sampel

z : tingkat keyakinan yang dalam penentuan sampel 95% = 1,96

moe : margin of error 10%

Dari hasil perhitungan ini, jumlah sampel minimum yang dapat diambil sebesar 96 orang. Oleh karena itu dalam penelitian ini peneliti menggunakan sampel sebanyak 100 orang.

E. Tahapan Pelaksanaan Penelitian

1. Tahap Persiapan

Tahapan pertama dalam pelaksanaan penelitian adalah tahap persiapan administrasi. Persiapan administrasi yang dilakukan peneliti sebelum melaksanakan penelitian diantaranya menentukan tema, menentukan fokus dan rumusan masalah penelitian, merumuskan hipotesis, menyusun landasan teori dan kajian pustaka, menentukan subjek penelitian, menentukan desain dan alat ukur penelitian, menentukan instrumen pengumpulan data serta teknik analisa data.

Pada tahapan ini, peneliti juga melakukan uji coba skala yang disebar ke 30 subjek. Uji coba skala menghasilkan temuan aitem yang tidak valid pada skala alat ukur yang digunakan.

2. Tahap Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan merupakan tahap pengambilan data di lapangan. Tahap pelaksanaan dilakukan dengan menyebarkan alat ukur berupa skala yang telah ditentukan. Penyebaran skala dilakukan kepada kelompok subjek yang telah ditetapkan yaitu para generasi Y yang sedang produktif bekerja.

3. Tahap Penganalisaan Data

Pada tahap ini peneliti melakukan pengolahan dan penganalisaan data. Skala yang telah disebar akan diolah dan dianalisa dengan tahapan sebagai berikut:

- a. Melakukan pengecekan pada data-data dalam skala yang sudah diisi.
- b. Mengolah data, melakukan analisis data, serta melakukan uji hipotesis dengan perhitungan statistik menggunakan program SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) for Windows versi 22.00. Data dari skala *Big-Five Inventory* (BFI) tidak seluruhnya akan diolah hingga dianalisis, melainkan hanya dimensi *Conscientiousness* (C) dan *Openness to Experience* (O) saja.
- c. Melakukan interpretasi terhadap hasil analisis data.
- d. Melakukan pembahasan hasil interpretasi data untuk selanjutnya dapat ditarik kesimpulan dengan mengaitkan hasil data di lapangan dengan teori yang telah ditentukan.

F. Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono (2013), instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang akan diamati. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala. Satu instrumen penelitian hanya dapat mewakili satu variabel penelitian, sehingga dalam penelitian ini terdapat dua instrumen penelitian, yaitu:

1. Skala *Big-Five Inventory* (BFI)

Skala *Big-Five Inventory* (BFI) yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala yang telah diadaptasi bahasa dan budaya oleh Ramdhani (2012) dari skala yang dikembangkan John (1999). Skala BFI versi bahasa Indonesia ini terdiri dari 28 aitem. Berikut adalah *blueprint* skala BFI :

Tabel 3 *Blueprint* Skala *Big-Five Inventory*

No	Dimensi	Indikator	No. Aitem	Jumlah
1.	<i>Openness</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Khayalan • Keindahan • Perasaan • Ide • Tindakan • Nilai-nilai 	5, 11, 15, 18, 21, 27	6
2.	<i>Conscientiousness</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Disiplin • Patuh • Kompetensi • Teratur • Pertimbangan • Pencapaian prestasi 	3, 9, 17, 20, 23, 25	6
3.	<i>Extraversion</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Suka berkumpul • Level aktivitas • Asertif • Mencari kesenangan 	1, 7, 12, 19, 24	5

	<ul style="list-style-type: none"> • Emosi yang positif • Kehangatan 		
4. <i>Agreeableness</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Berterus terang • Kepercayaan • Mendahulukan kepentingan orang lain • Rendah hati • Berhati lembut • kerelaan 	2, 6, 8, 13, 16, 22, 28	7
5. <i>Neuroticism</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Kecemasan • Kesadaran diri • Depresi • Mudah tersinggung • Menuruti kata hati • Amarah 	4, 10, 14, 26	4
Total			28

Kelima dimensi memiliki reliabilitas yang cukup baik, yaitu antara *extraversion* (0,73), *agreeableness* (0,76), *conscientiousness* (0,78), *neuroticism* (0,74), dan *openness* (0,79). Skala BFI digunakan untuk menentukan trait kepribadian yang dimiliki subjek, akan tetapi karena penelitian fokus terhadap dua variabel, maka yang akan dianalisis lebih lanjut adalah dimensi trait kepribadian *conscientiousness* (C) yang terdiri atas 6 aitem dan *Openness to Experience* (O) yang terdiri dari 6 aitem.

2. Skala *Turnover Intention*

Instrumen pengukuran *turnover intention* yang akan digunakan adalah instrumen yang diadaptasi oleh peneliti menggunakan teori milik Mobley (Mulyapradana, 2012) dengan menggunakan pengukuran intensi dari Fishbein dan Ajzen (Mulyapradana, 2012). Pengukuran intensi dapat dilakukan secara langsung maupun tidak langsung. Fishbein dan Ajzen (Mulyapradana, 2012)

menjelaskan bahwa pendekatan pengukuran intensi secara langsung dengan melalui pertanyaan yang diajukan secara langsung kepada individu apakah ia akan melakukan suatu perilaku tertentu atau tidak, bertitik tolak dari penilaian tunggal yaitu: ya – tidak atau mau – tidak mau.

Pengukuran intensi secara langsung menekankan pada isi intensi atau spontanitas keinginan untuk melakukan suatu perilaku tertentu tanpa memperhatikan proses yang mendahului terbentuknya intensi itu sendiri. Alat ukur ini diadaptasi dari tesis milik Aria Mulyapradana dengan total 16 aitem. Alat ukur ini sudah melewati uji realibilitas dan validitas. Realibilitas dari alat ukur ini adalah 0,950 menggunakan *cronbach alpha*, dan validitas untuk setiap aitemnya diatas 0,361 atau dapat dikatakan valid. Berikut adalah *blueprint* dari skala intensi *turnover* yang diadaptasi dari tesis milik Aria Mulyapradana.

Tabel 4 *Blueprint* skala *Turnover Intention*

No	Dimensi	Indikator	No. Aitem	Jumlah
1.	Adanya pemikiran untuk meninggalkan organisasi (<i>Thinking of quit</i>)	1. Adanya pemikiran untuk meninggalkan organisasi 2. Adanya keinginan untuk mencari pekerjaan alternative	2, 3, 4, 6, 9, 12, 8, 10	8
2.	Intensi mencari pekerja lain (<i>Intention to search</i>)	1. Mencari pekerjaan alternatif 2. mengevaluasi pekerjaan yang sudah didapatkan	5, 11, 13, 15	4

3.	Intensi untuk meninggalkan pekerjaan (<i>Intention to quit</i>)	Adanya keinginan untuk meninggalkan organisasi	1, 7, 14, 16	4
----	---	--	--------------	---

G. Pengujian Alat Ukur

Sebuah instrumen alat ukur yang baik harus memiliki tingkat validitas dan realibilitas yang akurat. Tahapan dalam pengujian alat ukur antara lain:

1. Uji Coba Skala

Skala yang akan digunakan sebaiknya diuji cobakan terlebih dahulu untuk mengetahui kelayakan penggunaan skala tersebut. Uji coba skala tersebut dapat dilakukan secara terbatas dengan sampel berukuran kecil yaitu minimal 30 orang. Dalam uji coba skala pada penelitian ini, peneliti menyebarkan skala penelitian kepada pekerja yang masuk dalam generasi Y secara *online*. Nantinya, dalam proses pengambilan data, subjek yang sudah menjadi responden uji coba alat ukur tidak diikutsertakan dalam penelitian.

Setelah melakukan uji coba alat ukur, peneliti melakukan analisis aitem dengan bantuan *software* komputer IBM SPSS Statistics 22.00 dengan memperhatikan nilai koefisien korelasi aitem total. Aitem yang tidak memenuhi persyaratan kualitas akan digugurkan dan tidak disertakan sebagai bagian dari skala penelitian.

2. Validitas

Validitas atau kesahihan menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur (Siregar, 2014). Pada penelitian ini, jenis validitas yang digunakan oleh peneliti adalah *face validity*

(validitas tampak) dan validitas logis.

- a. Validitas tampak adalah validitas yang akan menunjukkan apakah instrument yang digunakan dalam hal rupaanya tampak mengukur apa yang ingin diukur atau tidak (Siregar,2014). Untuk itu, suatu tes atau alat ukur dapat dikatakan valid ketika tampilan atau rupa suatu tes dianggap meyakinkan dan dianggap mampu mengukur apa yang hendak diukur. Pengukuran validitas dilihat dengan cara meminta tanggapan subjek penelitian mengenai alat ukur yang digunakan pada saat *try out* penelitian. Skala *try out* disebar pada 20 orang responden.

Tabel 5 Presentase Validitas Tampak Skala Setelah Uji Coba

No	Validitas Tampak	Kriteria	Presentase
1.	Tingkat kemudahan pemahaman skala	Ya	95,2%
		Tidak	4,8%
2.	Kesesuaian pemilihan kosakata isi skala	Ya	95,2%
		Tidak	4,8%
3.	Nilai estetika tampilan isi skala	Ya	71,4%
		Tidak	28,6%

Setelah dilakukan uji validitas tampak, terdapat evaluasi pada pertanyaan yang berkaitan dengan nilai estetika tampilan skala yang disetujui oleh 71,4 % responden. Pada *try out* yang dilakukan sebelumnya, peneliti

memberikan desain *default* tanpa dirubah sedikitpun dan setelah dilakukan evaluasi, peneliti melakukan modifikasi pada *header* skala yang diberikan warna lebih cerah.

- b. Validitas logis mengacu pada sejauh mana aitem tes dapat merepresentasi ciri-ciri atribut yang hendak diukur (Azwar, 2012). Validitas ini dapat dilakukan dengan menyesuaikan aitem-aitem dalam skala pengukuran relevan serta merepresentasikan dimensi-dimensi dari suatu variabel. Validitas logis akan dilakukan melalui *expert judgement* yaitu dosen pembimbing skripsi yang memiliki kualifikasi di bidang psikologi dan memahami konsep dasar topik yang sedang diteliti.

3. Daya Diskriminasi Aitem

Uji daya diskriminasi aitem dilakukan dengan melihat nilai *item-total correlation* pada program *SPSS for Windows* versi 22.00. Apabila korelasi antar aitem dengan total tersebut positif dan taraf signifikansi lebih dari 0,3 maka aitem tersebut merupakan konstruk yang kuat dan dapat disimpulkan bahwa instrumen tersebut memiliki validitas aitem yang baik. Apabila nilai taraf signifikansi dibawah 0,3 maka dapat disimpulkan bahwa instrument tersebut tidak valid, sehingga harus diperbaiki atau dibuang. Akan tetapi, apabila ada banyak aitem yang gugur dan tidak terwakili dalam satu dimensi, maka taraf signifikansi dapat diturunkan menjadi 0,25 (Azwar, 2012).

Semua aitem pada skala trait *conscientiousness* yang berjumlah 9 disertakan semua dalam penelitian kali ini hal ini karena memiliki nilai

koefisien korelasi aitem lebih dari 0,3. Sedangkan item pada skala *openness to experience* dari 10 aitem tidak diikutsertakan 1 aitem pada nomer 8 karena nilai koefisien korelasi aitem kurang dari 0,3. Begitu halnya dengan aitem dari skala *turnover intention* dari 16 aitem gugur 4 menjadi 12 karena aitem nomer 4,9,15 dan 16 memiliki nilai koefisien korelasi kurang dari 0,3.

4. Reliabilitas

Reliabilitas menunjuk pada sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih dengan gejala yang sama dan dengan alat ukur yang sama pula, sehingga alat ukur tersebut dapat diperaya atau diandalkan. Reliabilitas suatu alat ukur ditunjukkan dengan koefisien reliabilitas yang merupakan suatu angka yang dapat menunjukkan tinggi rendahnya reliabilitas. Dalam penelitian ini, untuk mengetahui koefisien reliabilitas tersebut, digunakan pengujian dengan konsistensi internal formula *Alpha Cronbach*.

Perhitungan reliabilitas alat ukur menggunakan penghitungan komputasi pada program SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) *for Windows* versi 22.00 dengan uji koefisien *Alpha Cronbach*. Dengan nilai *Alpha* lebih besar dari 0,6 maka alat ukur tersebut dikatakan reliabel (Trihendradi, 2011). Arikunto (2006) membagi tingkat reliabilitas menjadi 5 :

- a. Nilai *cronbach alpha* 0,00 s.d 0,20, berarti kurang reliabel
- b. Nilai *cronbach alpha* 0,21 s.d 0,40, berarti agak reliabel
- c. Nilai *cronbach alpha* 0,41 s.d 0,60, berarti cukup reliabel
- d. Nilai *cronbach alpha* 0,61 s.d 0,80, berarti reliabel
- e. Nilai *cronbach alpha* 0,81 s.d 1,00, berarti sangat reliabel

Tabel 6 Hasil Reliabilitas Skala

Skala	<i>A</i>	Keterangan
<i>Conscientiousness</i>	0,788	Reliabel
<i>Openness to Experience</i>	0,673	Reliabel
<i>Turnover Intention</i>	0,838	Sangat Reliabel

Dari tabel 3.7, ketiga skala penelitian trait *conscientiousness*, trait *openness to experience*, dan *turnover intention* memiliki nilai *cronbach alpha* bergerak dari kategori reliabel sampai dengan sangat reliabel.

H. Analisis Data

Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain berkumpul (Sugiyono, 2013). Analisis data kuantitatif adalah analisa yang didasarkan pada angka-angka dengan bantuan analisis statistik (Azwar, 2012). Oleh karena itu, pada penelitian ini akan dilakukan uji asumsi klasik, yang terdiri atas uji normalitas, linieritas, dan uji hipotesis dengan analisis regresi linear berganda.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji tentang kenormalan distribusi data yang berfungsi untuk mengetahui apakah sampel dianggap mampu mewakili populasi yang sebenarnya. Uji normalitas ini perlu dilakukan karena data pada penelitian ini akan menggunakan uji statistik berjenis parametrik. Pada penelitian ini, uji normalitas menggunakan Uji Kolmogorov-Smirnov dengan menggunakan *IBM SPSS for windows 22.00*. Metode Kolmogorov-Smirnov ini membandingkan frekuensi kumulatif distribusi teoritik dengan frekuensi kumulatif distribusi empirik (observasi). Adapun kriteria pengujiannya diambil berdasarkan nilai probabilitas. Jika probabilitas (sig) $< 0,05$ maka data terdistribusi dengan normal. Sebaliknya jika probabilitas (sig) $> 0,05$ maka data tidak terdistribusi dengan normal.

Tabel 6 Hasil Uji Normalitas

Variabel	Signifikasi	Bentuk
<i>Conscientiousness</i> dan <i>Openess to</i> <i>Experience</i>	0,168 ($p>0,05$)	Normal
<i>Turnover</i> <i>Intention</i>	0,200 ($p>0.05$)	Normal

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai normalitas skala BFI variabel *conscientiousness* dan *openness to experience* sebesar 0,168. Sedangkan nilai normalitas skala variabel *turnover intention* sebesar 0,200. Dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel terdistribusi normal.

2. Uji Linearitas Data

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji Linearitas dilakukan dengan melihat nilai *Deviation from Linearity* pada *software* SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*). Nilai signifikansi harus lebih besar dari 0,05 untuk menunjukkan terdapat hubungan linear secara signifikan antara variabel X dan variabel Y.

Tabel 7 Hasil Uji Linieritas

	<i>Turnover Intention</i>
<i>Conscientiousness</i>	0,440
<i>Openess to Experience</i>	0,891

Pada uji linear antara trait *conscientiousness* dengan *turnover intention* pada generasi milenial didapatkan nilai signifikansi sebesar 0,440 ($p > 0,05$) sehingga dapat dikatakan terdapat hubungan yang linier. sedangkan antara *Openess to Experience* dengan *Turnover Intention* didapatkan nilai signifikansi sebesar 0,891 ($p > 0,05$) sehingga dapat dikatakan bahwa kedua variabel ini juga terdapat hubungan yang linier.

3. Uji Hipotesis

Uji hipotesis bertujuan untuk mengungkap apakah hipotesis yang diajukan dapat diterima atau tidak. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik analisis regresi linear berganda yang merupakan metode statistika yang digunakan untuk membentuk model hubungan antara variable terikat (y) dengan lebih dari satu variabel bebas (x), yaitu trait kepribadian *conscientiousness* (y) dan *openness to experience* (x) terhadap *turnover intention*(y).

Adapun persamaan umum analisa regresi berganda sebagai berikut:

$$Y=a+b_1X_1+b_2X_2$$

Keterangan :

Y : *Turnover Intention*

X_1 : *Conscientiousness*

X_2 : *Openness to Experience*

a : nilai konstanta

b : nilai koefisien regresi

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Subjek Penelitian

Pada penelitian ini subyek penelitian adalah individu yang sedang produktif bekerja, baik itu statusnya pekerja ataupun mahasiswa. Kategorisasi subjek dalam penelitian ini dilakukan berdasarkan data demografis yang meliputi Usia, Jenis Kelamin, Lama Bekerja, dan Pendidikan.

Tabel 8 Data demografis

Gambaran umum berdasarkan	Kategori	Jumlah	Persentase
Jenis Kelamin	Perempuan	61	54,5%
	Laki-Laki	51	45,5%
Usia	22 th	10	9%
	23 th	27	23%
	24 th	52	45%
	25 th	11	10%
	26 th	9	8%
	27 th	4	3%
	28 th	5	4%
	29 th	3	2%
	30 th	3	2%
	33 th	2	1%
Pendidikan	37 th	2	1%
	40 th	1	1%
	SMA	6	6%
	D1	1	1%
	D3	17	14%
	D4	6	6%
	S1	99	69%
S2	3	2%	
Profesi	1	1%	

Lama Bekerja	6 bulan-1 tahun	42	35%
	1-2 th	48	39%
	2-3 th	12	10%
	3-4 th	7	6%
	> 4 th	12	10%

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa terdapat 60 orang subyek perempuan dengan persentase 54,5% dan 51 orang laki-laki dengan persentase 45,5%. Selanjutnya, dari kategorisasi usia, subyek dengan usia 22-25 tahun atau para generasi milenial akhir menjadi mayoritas pada penelitian kali ini, terdapat 90 orang dengan persentase 91%. Dari kategorisasi pendidikan peneliti tidak memilah dan pendidikan S1 menjadi mayoritas yaitu 99 orang dengan presentase 87,5%. Kemudian pada kategori lama bekerja, rentang lama bekerja 1-2 tahun menjadi mayoritas terdapat 48 orang dengan presentase 42,5% dan diikuti rentang 6 bulan-1 tahun yang 42 orang dengan presentase 37%.

2. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dilakukan dengan tujuan untuk mendeskripsikan subjek penelitian berdasarkan data dari variabel yang diperoleh melalui kelompok subjek penelitian. Dasar dari analisis deskriptif adalah dengan menghitung skor minimum, skor maksimum, *mean*, dan standar deviasi dari masing-masing variabel. Hasil analisis deskriptif dibandingkan antara skor hipotetik dan skor empirik. Azwar (2012) menjelaskan bahwa skor secara hipotetik dapat diperoleh melalui beberapa persamaan pada tabel berikut:

Tabel 9 Perhitungan Skor Hipotetik

Statistik	Perhitungan Skor Hipotetik
Nilai minimum hipotetik	Skor aitem terendah x jumlah aitem
Nilai maksimum hipotetik	Skor aitem tertinggi x jumlah aitem
Meanhipotetik	Jumlah aitem x nilai tengah dari skor aitem
Standar deviasi hipotetik	Skor maksimum – skor minimum 6

Tidak hanya perhitungan secara hipotetik, perhitungan secara empirik juga perlu dilakukan. Hal ini mengingat untuk membandingkan antara data hipotetik dengan data yang diperoleh di lapangan. Untuk perhitungan secara empirik dilakukan dengan bantuan program SPSS 22 *for Windows*. Berikut merupakan gambaran umum perbandingan antara skor hipotetik dan empirik pada setiap variabel penelitian:

Tabel 10 Deskripsi Data Variabel Penelitian

Variabel	Statistik	Hipotetik	Empirik
<i>Conscientiousness</i>	Nilai Minimal	9	20
	Nilai Maksimal	45	44
	Mean	27	31,81
	Standar Deviasi	6	4,998
<i>Openess to Experience</i>	Nilai Minimal	9	21
	Nilai Maksimal	45	45
	Mean	27	31,63
	Standar Deviasi	6	5,041
<i>Turnover Intention</i>	Nilai Minimal	12	19
	Nilai Maksimal	60	57
	Mean	36	39,06
	Standar Deviasi	8	7,819

Hasil tersebut nantinya akan digunakan oleh peneleti guna menggolongkan subjek penelitian ke dalam tiga kategori untuk setiap variabelnya. Norma yang digunakan pada penentuan kategori ini mengacu dari Azwar (2012) dengan rumus sebagai berikut :

Tabel 11 Norma Kategori

Kategori	Daerah Keputusan
Rendah	$X < (\mu - \sigma)$
Sedang	$(\mu - \sigma) \leq X < (\mu + \sigma)$
Tinggi	$(\mu + \sigma) > X$

Keterangan:

X : Total skor

μ : Mean

σ : Standar deviasi

Sumber: Azwar (2012)

Setelah melalui proses penghitungan, maka didapati hasil sebagai berikut ini :

1. Variabel *Conscientiousness*

Berdasarkan hasil pengolahan data hipotetik variabel trait *conscientiousness* dari 112 responden dibagi menjadi 3 kategori, yakni rendah, sedang, dan tinggi. Berikut hasilnya disajikan dalam bentuk tabel :

Tabel 12 Kategori Subjek Berdasarkan Skala *Conscientiousness*

Kategori	Daerah Keputusan	Jumlah Subyek	Prosentase
Rendah	$x < 21$	1	0,9%
Sedang	$21 \leq x < 33$	75	67%
Tinggi	$x \geq 33$	36	32,1%
Total		96	100%

Terdapat 3 kategori yang terpenuhi oleh 112 responden, yakni kategori rendah sebanyak 1 orang atau 0,9%, kategori sedang sebanyak 75 orang atau 67% dan sisanya sebanyak 32,1% atau 36 orang yang masuk kategori tinggi.

2. Variabel *Openess to Experience*

Berdasarkan hasil pengolahan norma data hipotetik variabel *openness to experience* diketahui bahwa 112 responden dapat dibagi menjadi tiga kategori. Untuk lebih jelasnya disajikan dalam bentuk tabel sebagai berikut :

Tabel 13 Kategori Subjek Berdasarkan Skala *Openess to Experience*

Kategori	Daerah Keputusan	Jumlah Subyek	Prosentase
Rendah	$x < 21$	2	1,8%
Sedang	$21 \leq x < 33$	67	59,8%
Tinggi	$x \geq 33$	43	38,4%
Total		112	100%

Dari data diatas diketahui responden yang masuk dalam kategori rendah berjumlah 2 orang atau 1,8%, sedangkan untuk kategori sedang sebanyak 67 orang atau 59,8% dan sisanya masuk kategori tinggi, sebanyak 43 orang atau 38,4%.

3. Variabel *Turnover Intention*

Berdasarkan hasil pengolahan norma data hipotetik variabel intensi *turnover* diketahui bahwa 112 responden dapat dibagi menjadi tiga kategori. Untuk lebih jelasnya disajikan dalam bentuk tabel sebagai berikut :

Tabel 14 Kategori Subjek Berdasarkan Skala Intensi *Turnover*

Kategori	Daerah Keputusan	Jumlah Subyek	Prosentase
Rendah	$x < 28$	9	8%
Sedang	$28 \leq x < 44$	73	65,2%
Tinggi	$x \geq 44$	30	26,8%

Total	96	100%
--------------	----	------

Sebagian besar responden masuk dalam kategori tinggi dengan jumlah 30 orang atau 26,8%, kemudian responden yang masuk dalam kategori sedang sebanyak 73 orang atau 65,2% dan yang masuk kategori rendah ada 9 orang atau 8%.

B. Hasil Analisis Data

Setelah menyelesaikan syarat uji asumsi klasik meliputi uji normalitas data uji linier maka langkah selanjutnya adalah melakukan uji hipotesis. Untuk lebih jelasnya ada dibawah ini :

1. Uji hipotesis secara simultan

Hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah peran trait *conscientiousness* dan *openness to experience* terhadap *turnover intention* pada generasi milenial. Hipotesis tersebut kemudian diuji dan didapati hasil sebagai berikut :

Tabel 15 Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan

Beta		Signifikansi	Keterangan
Conscientiousness	Openness to experience		
0.130	-0.57	0.695	Tidak Memiliki Peran Secara Simultan

Tabel uji hipotesis secara simultan menunjukkan hasil beta pada *conscientiousness* sebesar 0,130 dan *openness to experience* sebesar -

0,57, serta nilai signifikansi sebesar 0,695 ($P > 0,05$). Artinya hipotesis pertama tidak diterima atau dengan kata lain bahwa trait *conscientiousness* dan *openness to experience* tidak memiliki peran secara simultan terhadap *turnover intention* pada generasi milenial.

2. Uji hipotesis secara parsial

Hipotesis kedua dari penelitian kali ini adalah trait *conscientiousness* secara parsial berperan signifikan terhadap *turnover intention* pada generasi milenial. Sementara itu, hipotesis ketiga dari penelitian ini adalah trait *openness to experience* secara parsial berperan signifikan terhadap *turnover intention* pada generasi milenial. Kedua hipotesis tersebut diuji dan hasilnya sebagai berikut :

Tabel 16 Tabel Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial

Variabel	Sig	Keterangan
<i>Conscientiousness</i>	0,440	Tidak Signifikan
<i>Openness to Experience</i>	0,891	Tidak Signifikan

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa hasil uji signifikansi variabel trait *conscientiousness* menghasilkan signifikansi sebesar 0,440 ($P > 0,05$) yang memiliki arti bahwa hipotesis kedua dari penelitian ini tidak diterima dengan kata lain trait *conscientiousness* tidak berperan signifikan terhadap *turnover intention* pada generasi milenial. Selain itu, uji signifikansi variabel *openness to experience* menghasilkan signifikansi sebesar 0,891 ($P > 0,05$). Artinya hipotesis ketiga dari penelitian ini pun tidak diterima dengan kata lain *openness to experience* tidak berperan

signifikan terhadap *turnover intention* pada generasi milenial.

C. Pembahasan Uji Hipotesis

Berdasarkan hasil yang didapatkan oleh peneliti mengenai pengaruh trait kepribadian *conscientiousness* dan *openness to experience* terhadap *turnover intention* pada generasi milenial, diketahui bahwa tidak terdapat pengaruh secara signifikan pada masing-masing trait dan secara simultan pada kedua trait terhadap *turnover intention* yang berarti seluruh hipotesis penelitian tidak diterima. Pengaruh kedua trait kepribadian berkorelasi negatif yang artinya semakin tinggi atau rendah trait kepribadian *conscientiousness* dan *openness to experience* yang dimiliki oleh milenial, maka tidak akan memiliki pengaruh apapun terhadap sikap *turnover* pada generasi milenial.

Hasil hipotesis yang tidak terima pada penelitian ini semakin menegaskan bahwa faktor kepribadian individu tidak menjadi *driving force* utama dalam—*turnover intention* yang dilakukan oleh generasi milenial. *Turnover* yang dilakukan generasi milenial di prediksi masih didorong oleh *work value*, semua milenial baik itu para pelajar maupun pekerja produktif menempatkan *work value* sebagai kebutuhan terpenting, diantaranya adalah gaji, jam kerja, dan *work life balance* (Human Resource Management International Digest, 2016).

Menurut Wollack (1981) *work value* menggambarkan sikap individu terhadap pekerjaannya secara umum, bukan pada posisi ataupun spesifikasi dari pekerjaannya di perusahaan. Sementara Cherrington (1980) mengungkapkan

bahwa *work value* merupakan suatu refleksi sikap seseorang terhadap aspek-aspek pekerjaannya seperti aktivitas ataupun keterlibatan dalam perusahaan, dan jenjang karir yang lebih tinggi. Oleh karena itu, *work value* sering bertolak belakang dengan tujuan organisasi, apabila terjadi perbedaan yang terlalu besar antara apa yang diinginkan dengan yang sebenarnya terjadi dalam pekerjaan, maka hal tersebut akan mempengaruhi kepuasan individu terhadap pekerjaan sehingga timbul keinginan untuk melakukan *turnover* atau *turnover intention*.

Menurut pendapat Strauss dan Howe (2000), generasi ini memiliki kemampuan kerja kelompok yang baik, berani mengambil keputusan, dan berperan pada masyarakat umum pada usia senja. Tentunya, sangat percaya pada kewenangan dan konstitusi. Menurut Chris Anderson (2007), dalam dunia bisnis generasi ini berperan sebagai pangsa pasar baru dan pemain baru. Pangsa pasar berarti generasi ini sangat berperan dalam menentukan kondisi pasar. Perkembangan tren industri dari fisik menuju *online* pun dianggap karena dominasi generasi ini. Sedangkan Anis Mata (2014), menganggap generasi ini sebagai *native democracy* dan *native technology*. Maksudnya, menganggap bahwa demokrasi dan teknologi yang ada sekarang bukan sebagai unsur yang diperoleh (*achieved*) tapi sebagai unsur *given*, yang sudah sewajarnya ada dan dinikmati manusia. Pandangan terhadap dua hal itu membawa generasi ini menjadi sangat mencintai kebebasan berpendapat dan tidak dapat diam dengan perkembangan teknologi yang ada. Dampaknya, mereka tidak terlalu suka pengekanan pendapat dan gaya kepemimpinan otoriter dan mahir dalam

menggunakan sarana teknologi. Generasi Y atau milenial hadir ke tempat kerja dengan perpektif yang unik, mereka memiliki pendekatan yang berbeda dalam cara memandang pekerjaan mereka, bersosialisasi dengan orang lain, dan dalam hal komunikasi (Pooley, 2005). Generasi Y memiliki beberapa karakteristik, baik yang bersifat positif maupun negatif. Diantara sifat positif Generasi Y adalah rasa memiliki terhadap komunitas yang kuat, baik dalam konteks lokal maupun global, percaya diri dan toleran (*strong sense of community both local and global, confidence and tolerance*) (William & Neil Howe, 2000). Kombinasi beberapa hal tersebut menghasilkan perilaku adaptif dan menyebabkan kepribadian tidak menjadi faktor pendorong bagi sikap *turnover* yang dilakukan oleh generasi milenial.

Bagaimanapun beragam pendapat diatas secara garis besar memang ada kesamaan karakter dan sifat generasi Y yang menjadi identitas. Karakter ini yang cukup membedakan antara generasi Y dengan generasi sebelumnya. Dalam artikel dalam website PPM-Manajemen.ac.id, generasi Y merupakan generasi yang memiliki kekuatan terbesar pada daya eksplorasi dan kreatifitas. Kekuatan itu didukung dengan penguasaan teknologi tinggi dan perilaku serta pemikiran yang santai dan terbuka. Dalam bekerja sangat mendukung kerja tim yang saling terbuka dan menolak dominasi tertentu. Memiliki kemampuan adaptasi yang tinggi, dengan visi yang cukup jelas di usia muda, meskipun visi tersebut seringkali membuat mereka tidak suka terikat.

Perilaku adaptif muncul akibat dari dinamika global yang cepat yaitu iklim industri yang kompetitif dan kemajuan teknologi yang berkembang pesat.

Beberapa keadaan tersebut memaksa milenial untuk mempelajari hal-hal baru yang menyebabkan variabel milenial dalam bersikap semakin bervariasi. Oleh karena itu, yang perlu dipahami perusahaan ataupun dunia organisasi secara keseluruhan, adalah bahwa dunia bisnis akan bergantung pada generasi ini. Maka, yang paling penting adalah menyiapkan toleransi-toleransi tertentu untuk menyikapi generasi ini. Toleransi bukan berarti memberikan segalanya, lebih tepatnya memberikan apa yang dibutuhkan generasi ini yang sekiranya cukup untuk menunjang kemampuan adaptif para milenial.

D. Keterbatasan Penelitian

- a. Faktor gaji atau penghasilan seharusnya dicantumkan dalam data demografis untuk menjadi data tambahan sehingga bisa memprediksi faktor lain yang mempengaruhi *turnover intention* pada generasi milenial.
- b. 87% subjek penelitian berada pada rentang umur 22 tahun hingga 25 tahun dan strategi penyebaran skala sebaiknya masuk ke dalam komunitas-komunitas HRD supaya data usia dalam data demografis bisa terisi secara proporsional.
- c. Pada kategorisasi lama bekerja dan usia sebaiknya diubah dengan tidak menggunakan keterangan rentang umur supaya menghindari bias saat responden melakukan pengisian skala.
- d. Pada penelitian berikutnya perlu menambah status pekerjaan seperti pegawai tetap, pegawai kontrak, atau pegawai outsourcing dalam data demografis.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Trait *conscientiousness* dan *openness to experience* secara simultan tidak berperan terhadap *turnover intention* pada generasi milenial.
2. Trait *conscientiousness* secara parsial tidak berperan terhadap *turnover intention* pada generasi milenial.
3. *Openness to experience* secara parsial tidak berperan terhadap *turnover intention* pada generasi milenial.

B. Saran

Berdasarkan penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, peneliti dapat memberikan saran yang diharapkan mampu bermanfaat bagi pihak lain.

Berikut beberapa saran :

1. Saran praktis

Mengingat subjek dalam penelitian ini adalah generasi Y pada umumnya, ada baiknya setiap perusahaan memiliki kajian dan riset tersendiri dalam menganalisa pengaruh turnover intention yang dilakukan oleh generasi Y.

2. Saran teoritis bagi penelitian selanjutnya

- a. Kedua trait yaitu *conscientiousness* dan *openness to experience* tidak mempengaruhi intensi *turnover*, ada baiknya jika penelitian selanjutnya mengambil trait kepribadian dari *big five* yang lain. Trait *big five* tersebut adalah *extraversion*, *agreeableness* dan *neuroticism*. Selain itu ada baiknya bagi peneliti yang berminat melakukan penelitian sejenis perlu diingat dalam mengungkap data demografis untuk mencantumkan penghasilan dalam sebulan, hal itu penting untuk memprediksi faktor apa mempunyai pengaruh terbesar dalam intensi *turnover* karyawan *outsourcing*.
- b. Melakukan pendekatan kepada komunitas-komunitas HRD di Indonesia sebagai upaya penyebaran kuesioner yang lebih proporsional dalam data demografis generasi Y.

DAFTAR PUSTAKA

- Allik, J & McCrae, R.R. (2002). *The Five Factor Model of Personality Across Cultures*. Plenum Publishers: New York.
- Anantatmula, V., S., & Shrivastav, B. (2012).” Evolution of project teams for generation Y workforce”. *International Managing projects in Business*, Vol.5 Issue 1, pp 9-26.
- Anderson, Chris. (2007). *The Long Tail: Why The Future of Business is Selling Less of More*. Hyperion: New York.
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian (Suatu Pendekatan Praktik)*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Aryani, N., & Samuel, A. (2016). “A study on generational differences in work values and personorganization fit and its effect on turnover intention of generation Y in India”. *Management Research Review*, Vol.39 Issue 12.
- Azwar, S. (2010). *Realibilitas dan Validitas*. Pustaka Pelajar Offset: Yogyakarta.
- Azwar, S. (2012). *Penyusunan Skala Psikologi*. Pustaka Belajar: Psikologi.
- Barrick, M. R., & Mount, M. K. (1991). “The Big Five Personality Dimensions and Job Performance: A Meta Analysis”. *Personnel Psychology*, 44(1): 1- 26.
- Bloomquist, M. J., & Kleiner, B. H. (2000). “How to reduce theft and turnover through better hiring methods”. *Management Research News*, 23, 7-8.
- Carnegie, Dale. (2015). “Igniting Millennial Engagement: Supervising Similarities, Distinctions, and Realities”. *Dale Carnegie Training*.
- Cloninger, S. C. (2009). *Theories of Personality: Understanding Persons*. Pearson Prentice Hall: New Jersey.
- Dariyo, Agoes. (2004). “Psikologi Perkembangan : Dewasa Muda (CB)”. Diakses 6 januari 2016, dari eBook books.google.co.id.
- Edward, F., Murphy Jr, & Mujtaba B. G. (2010). “Generational value differences of baby boomers in Thailand”. *Asia Pacific Business Review*, Vol 16, 2010, Issue 4, Pages 545-566.

- Fatoni., S., V. (2013). *Kecenderungan perilaku kerja kontradiktif ditinjau dari big-five personality pada Pegawai negeri Sipil Dinas kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Jawa Tengah di Semarang*. Universitas Diponegoro: Semarang.
- Feist, J. & Feist, G. J. (2006). *Theory of personality (Edisi ke-6)*. Mcgraw-Hill Inc.: New York.
- Gbadamosi, L & Chinaka, N. J. (2011). “Organizational politics, turnover intention and organizational commitments as predictors of employees efficiency and effectiveness in academia”. *Proceeding of informing science & IT education conference*.
- Goldberg, L. R., Roberts, B. W., Chernyshenko, O. S., Stark, S. (2005). “The Structure of Conscientiousness: an Empirical Investigation Based on Seven Major Personality Questionnaires”. *Journal of Personnel Psychology*. Vol 58, 103-139.
- Hernaus, T & Vokic, N. P. (2014). “Work design for different generational cohorts: determining common and idiosyncratic job characteristics”. *Journal of Organizational Change Management, Vol.27, Issue: 4, pp. 615-641*.
- Howe, N. & Strauss, W. (2007). “The next 20 years: how customer and workforce attitudes will evolve”. *Harvard Business Review*, Vol.85, No.7, pp.41-52.
- John, O.P., Srivastava, S. (1999). *The Big Five Trait Taxonomy: History, measurement, and theoretical perspectives*. Guilford: New York.
- Mannheim, K. (1952). ‘*The problem of generation*’, in K. Mannheim, *Essays on the sociology of knowledge*, pp.276-320. London: Routledge & Kegan Paul. (First published in german 1928 in kolne vierjahreshuafte fur soziologie, 157-85, 309-30).
- Matta, Anis. (2014). *Gelombang Ketiga Indonesia*. The Future Institute: Jakarta.
- McRae, R. R., & Costa, P. T., Jr. (2003). *Personality in adulthood: A five factor theory perspective. Handbook of Personality : Theory and Research (2nd ed., pp.53)*. New York: Guilford Press.
- McCrinkle, Mark. (2014). *Generation Defined*. Theabcofxyz.com
- Merari, L & Suyasa, I K. (2015). *Generasi Y, generasi Z, dan bonus demografi Indonesia 2025*. Magister Manajemen - Fakultas Ekonomi Trisakti: Jakarta.

- Mobley, W., H., Griffeth, R., W., Hand, H., H., & Meglino, B., M. (1979). Review and Conceptual Analysis of the Employee Turnover Process. *Psychological Bulletin*, 493-522.
- Monroe, M. V. (2010). "A phenomenological study of generation Y at work: better understanding generation Y's lived experience in the workplace". *Faculty of The George L Graziadio School of Business and management Papperdine University*.
- Moorhead, G., & Griffin, R., W (1986). *Organizational Behaviour*. Houghton Mifflin Co.: Boston.
- Mulyapradana, A (2012). *Hubungan kebijakan pengembangan karir terhadap intensi turnover karyawan di divisi marketing PT. Agromedia*. Universitas Indonesia: Depok.
- Pervin, L.A. (2005). *The Big Five Factors Personality Theory and Research, 9th edition*. John Wiley & Sons, Inc.: New Jersey.
- Pervin, Lawrence A., Cervone, Daniel., & John, Oliver. (2005). *Personality: Theory and Research*. John Wiley & Sons, Inc.: United States of America.
- Pinzaru, F., Vatamanescu, E., Mitan, A., Savulescu, R., Vitelar, A., Noaghea, C., & Balan, M. (2014). "Millennials at work: investigating the specificity of generation Y versus other generations". *Management Dynamics in the Knowledge Economy*, Vol.4 No.2, pp.173-192.
- Ramadhany, N. P. A. S & Simarmata, N. (2014). *Hubungan pelanggaran kontrak psikologis dan kepribadian tipe A dengan intensi turnover karyawan bank*. *Jurnal Psikologi Udayana* Vol.1, No.2, pp 311-321.
- Ramdhani, Neila. (2012). "Adaptasi Bahasa dan Budaya Inventori Big Five". *Jurnal Psikologi*, Vol.39, No.2, pp.189-207.
- Robbins, S. P (2001). *Organizational Behavior*. Prentice-Hall, Inc.: New Jersey.
- Robbins, S., P . (1986). *Organizational Theory : Structure, Design, and Application*. Practice-Hall, inc.: New Jersey.
- Sobur, Alex. (2009). *Psikologi Umum*. Pustaka Setia Bandung: Bandung.
- Strauss, B., Strauss, W., & Howe, N. (1991). *Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069*. William Morrow and Company: New York.

- Strauss, W & Howe, N. (2000). "Millenials Rising : The Next Great Generation".
New York, NY: Vintage Original.
- Suaidah. (2016). *Hubungan openness to experience dan conscientiousness dengan kematangan karir siswa Bintara TNI-AD Pusdik Arhanud Malang.* Fakultas Psikologi UMM: Malang.
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D).* Alfabeta: Bandung.
- Suryadi, Bambang. (2015). *Generasi Y: Karakteristik, Masalah, dan Peran Konselor.* Fakultas Psikologi UIN Syarif Hidayatullah: Jakarta.
- Suwandi, S & Indriantoro, N. (1999). *Pengujian model turnover pasework dan strawser: studi empiris lingkungan akuntan publik.* The Indonesian Journal of Accounting Research Vol.2, No 2.
- Toly, A.A (2001). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi turnover intention pada staf kantor akuntan publik, jurnal akuntansi & keuangan.* Vol. 3 No. 2, 102-125.
- Trihendradi, Cornelius. (2011). *Langkah Mudah Melakukan Analisis Statistik Menggunakan SPSS 19.* Yogyakarta: Andi.
- Twenge, J., m. & Campbell, S., M. (2008). "Generational differences in psychological traits and their impact on the workplace". *Journal of Managerial Psychology*, Vol.23 No.8, pp. 862-877.
- Viitala, S. K. R. (2015). "Generation Y challenging clients for HRM?". *Journal of Managerial Psychology*, Vol. 30 Issue 1 pp. 101-114.

Lampiran 1

Kuesioner Big Five Inventory

No	Pertanyaan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	AS	TS	STS
1	Banyak Bicara					
2	Cenderung mencari-cari kesalahan orang lain					
3	Mengerjakan tugas dengan cermat					
4	Depresi, mudah murung					
5	Orisinil, suka menemukan ide-ide baru					
6	Pendiam					
7	Suka menolong, tidak mementingkan diri sendiri					
8	Kurang hati-hati					
9	Santai, mengatasi stres dengan baik					
10	Suka penasaran dengan hal yang berbeda					
11	Bersemangat, penuh energy					
12	Mencari-cari masalah dengan orang lain					
13	Seorang pekerja yang dapat diandalkan					
14	Kadang merasa tegang					
15	Cerdas, pemikir yang dalam					
16	Membangkitkan semangat orang lain					
17	Mempunyai sifat pemaaf					
18	Cenderung tidak teratur					
19	Seringkali merasa khawatir					
20	Memiliki imajinasi aktif					
21	Cenderung pendiam					
22	Secara umum mempercayai orang lain					

23	Cenderung pemalas					
24	Stabil secara emosional, tidak mudah gusar					
25	Seorang yang berdaya cipta					
26	Berkepribadian asertif, suka terus terang					
27	Bisa “dingin” dan suka menyendiri					
28	Ulet mengerjakan tugas hingga selesai					
29	<i>Moody</i> , suasana hati mudah berubah					
30	Menghargai pengalaman-pengalaman artistic dan estetik					
31	Kadang-kadang pemalu, canggung					
32	Penuh tenggang rasa dan baik kepada hamper setiap orang					
33	Mealkuakan sesuatu dengan efisien					
34	Tetap tenang dalam situasi-situasi menegangkan					
35	Lebih suka melakukan pekerjaan yang rutin, yang sudah biasa					
36	Mudah bergaul, supel					
37	Kadang kasar terhadap orang lain					
38	Membuat rencana-rencana dan melakukan rencana tersebut					
39	Mudah gugup					
40	Suka merenung					
41	Hanya mempunyai sedikit minta artistik					
42	Menyukai bekerjasama dengan orang lain					
43	Perhatian saya mudah pecah					
44	Hebat di bidang seni, baik music atau sastra					

Lampiran 2

Kuesioner *Turnover Intention*

No	Pertanyaan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	AS	TS	STS
1	Saya merasa sangat bangga bekerja di perusahaan ini					
2	Selama 12 bulan kedepan saya bermaksud untuk mencari alternative pekerjaan lain					
3	Saya sering berpikiran untuk keluar dari pekerjaan saya sekarang					
4	Salah satu alasan utama saya tetap bekerja di tempat ini adalah karena perusahaan lain belum tentu dapat memberikan kompensasi sebaik yang saya terima di perusahaan ini					
5	Saya sangat menyukai bidang pekerjaan saat ini dan tidak ingin pindah ke tempat lain					
6	Gaji yang saya terima di perusahaan ini mendorong saya untuk bekerja lebih lama					
7	Saya merasa terlalu sedikit pilihan pekerjaan yang ada diluar, bila saya memutuskan untuk keluar dari perusahaan ini					
8	Terkadang saya menghadiri undangan untuk mengikuti seleskis karyawan di perusahaan lain					
9	Saya tidak peduli apa yang akan terjadi jika saya keluar dari perusahaan tanpa harus memiliki posisi					
10	Saya akan merasa bersalah bila saya meninggalkan perusahaan					
11	Jika saya dapat pindah ke perusahaan lain dan mendapatkan fasilitas yang lebih baik, mungkin saya akan melakukannya					
12	Jika ada pilihan bekerja di perusahaan lain mungkin saya akan memilih perusahaan tersebut					

Hasil analisis aitem dan uji realibilitas

1. Scale: skal BFI openness

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.673	10

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
item5	3.67	.758	30
item10	4.23	.679	30
item15	3.90	.607	30
item20	3.87	.819	30
item25	3.53	.819	30
item30	3.97	.718	30
item35	2.70	1.208	30
item40	3.13	.973	30
item41	3.77	1.006	30
item44	2.80	1.215	30

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
item5	31.90	17.403	.425	.635
item10	31.33	17.678	.443	.635
item15	31.67	17.885	.470	.635
item20	31.70	17.252	.403	.637
item25	32.03	18.102	.272	.660
item30	31.60	17.352	.468	.630
item35	32.87	17.016	.220	.682
item40	32.43	18.392	.159	.684
item41	31.80	15.545	.518	.608
item44	32.77	16.875	.232	.680

2.Scale: skal BFI conscientiousness

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.788	9

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
item3	3.60	.621	30
item8	2.70	.877	30
item13	4.13	.629	30
item18	3.00	1.174	30
item23	3.30	.877	30
item28	3.73	.785	30
item33	3.87	.860	30
item38	3.87	.860	30
item43	2.77	1.006	30

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
item3	27.37	19.344	.548	.763
item8	28.27	18.064	.522	.761
item13	26.83	19.937	.426	.775
item18	27.97	17.413	.401	.787
item23	27.67	17.126	.665	.740
item28	27.23	17.978	.620	.749
item33	27.10	19.472	.331	.787

item38	27.10	18.093	.531	.760
item43	28.20	18.441	.378	.784

3.Scale: skala Turnover

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.838	16

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
item1	2.43	1.006	30
item2	3.83	1.020	30
item3	3.50	1.106	30
item4	4.17	.986	30
item5	3.13	1.279	30
item6	3.43	1.006	30
item7	3.40	1.070	30
item8	3.77	.971	30
item9	2.67	1.322	30
item10	2.70	1.264	30
item11	2.43	1.073	30
item12	3.13	1.137	30

item13	4.17	.874	30
item14	3.63	.999	30
item15	3.40	.968	30
item16	2.87	1.306	30

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
item1	50.23	76.323	.690	.816
item2	48.83	80.695	.422	.831
item3	49.17	77.385	.558	.823
item4	48.50	86.259	.122	.845
item5	49.53	78.051	.433	.831
item6	49.23	75.840	.720	.815
item7	49.27	78.892	.496	.827
item8	48.90	83.059	.309	.836
item9	50.00	80.966	.284	.841
item10	49.97	71.757	.753	.809
item11	50.23	81.702	.341	.835
item12	49.53	75.361	.650	.817
item13	48.50	81.086	.484	.828
item14	49.03	76.930	.658	.818
item15	49.27	83.582	.280	.838

item16	49.80	83.890	.162	.848
--------	-------	--------	------	------

Lampiran 2

Uji Empirik

1. Skala Conscientiousness

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Conscientiousness	112	21	45	31.63	5.041
Valid N (listwise)	112				

2. Skala Openess to Experience

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Openess	112	20	44	31.81	4.998
Valid N (listwise)	112				

3. Skala Turnover Intention

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
--	---	---------	---------	------	----------------

TurnoverIntention	112	19	57	39.06	7.819
Valid N (listwise)	112				

Lampiran 3

Uji frekuensi

1. Skala Conscientiousness

Statistics

Conscientiousness

N	Valid	112
	Missing	0
Mean		2.31
Std. Deviation		.485
Minimum		1
Maximum		3

Conscientiousness

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	.9	.9	.9
2	75	67.0	67.0	67.9
3	36	32.1	32.1	100.0

Total	112	100.0	100.0
-------	-----	-------	-------

2. Skala Openess to Experience

Statistics

Openess

N	Valid	112
	Missing	0
Mean		2.37
Std. Deviation		.520
Minimum		1
Maximum		3

Openess

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	2	1.8	1.8	1.8
2	67	59.8	59.8	61.6
3	43	38.4	38.4	100.0
Total	112	100.0	100.0	

3. Skala Turnover Intention

Statistics

TurnoverIntention

N	Valid	112
	Missing	0
Mean		2.19
Std. Deviation		.562
Minimum		1
Maximum		3

TurnoverIntention

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	9	8.0	8.0	8.0
2	73	65.2	65.2	73.2
3	30	26.8	26.8	100.0
Total	112	100.0	100.0	

Lampiran 4

Uji normalitas

1. Skala BFI (Conscientiousness dan openness to experience)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		conscientio usnessAND openess
N		112
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	91.70
	Std. Deviation	14.383
Most Extreme Differences	Absolute	.074
	Positive	.074
	Negative	-.048
Test Statistic		.074
Asymp. Sig. (2-tailed)		.168 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

a. Lilliefors Significance Correction.

2. Skala Turnover Intention

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		TurnoverIntention
N		112
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	39.06
	Std. Deviation	7.819
Most Extreme Differences	Absolute	.062
	Positive	.036
	Negative	-.062
Test Statistic		.062
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Lampiran 5

Uji linearitas

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N

Conscientiousness	31.63	5.041	112
Openness	31.81	4.998	112
TurnoverIntention	39.06	7.819	112

Correlations

		Conscientiousness	Openness	TurnoverIntention
Conscientiousness	Pearson Correlation	1	.276**	.074
	Sig. (2-tailed)		.003	.440
	N	112	112	112
Openness	Pearson Correlation	.276**	1	-.013
	Sig. (2-tailed)	.003		.891
	N	112	112	112
TurnoverIntention	Pearson Correlation	.074	-.013	1
	Sig. (2-tailed)	.440	.891	
	N	112	112	112

Lampiran 6

Uji regresi berganda simultan

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Openess, Conscientiousness ^b		Enter

a. Dependent Variable: TurnoverIntention

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.082 ^a	.007	-.012	7.864

a. Predictors: (Constant), Openess, Conscientiousness

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	45.116	2	22.558	.365	.695 ^b
	Residual	6741.446	109	61.848		

Total	6786.562	111			
-------	----------	-----	--	--	--

a. Dependent Variable: TurnoverIntention

b. Predictors: (Constant), Openess, Conscientiousness

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	36.755	5.952		6.175	.000
	Conscientiousness	.130	.154	.084	.843	.401
	Openess	-.057	.155	-.036	-.364	.716

Lampiran 7

Uji regresi parsial

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Conscientiousness ^b		Enter

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.074 ^a	.005	-.004	7.833

a. Predictors: (Constant), Conscientiousness

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	36.907	1	36.907	.601	.440 ^b
	Residual	6749.656	110	61.361		
	Total	6786.562	111			

a. Dependent Variable: TurnoverIntention

b. Predictors: (Constant), Conscientiousness

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	35.445	4.723		7.504	.000

Conscientiousness	.114	.148	.074	.776	.440
-------------------	------	------	------	------	------

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Openness ^b	.	Enter

- a. Dependent Variable: TurnoverIntention
b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.013 ^a	.000	-.009	7.854

- a. Predictors: (Constant), Openness

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
-------	----------------	----	-------------	---	------

1	Regression	1.159	1	1.159	.019	.891 ^b
	Residual	6785.404	110	61.685		
	Total	6786.562	111			

a. Dependent Variable: TurnoverIntention

b. Predictors: (Constant), Openess

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	39.713	4.802		8.269	.000
	Openess	-.020	.149	-.013	-.137	.891