

Determinasi Job Hopping Gen Z Yogyakarta: Gaji, Pertumbuhan Karier dan Kepuasan Kerja

(Determinants of Job Hopping Among Gen Z in Yogyakarta: Market Pay, Career Growth, and Job Satisfaction)

Vani Oktafiani^{1*}, Yondik Army Pratama², Miswanto Miswanto³, Baldric Siregar⁴, Frasto Biyanto⁵
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN, Yogyakarta, Indonesia^{1,2,3,4,5}

vanioktafiani07@gmail.com^{1*}, yondikarmy@gmail.com², miswanto.ykpn@gmail.com³,
baldricsiregar@gmail.com⁴, frastobiyanto@gmail.com⁵



Article History:

Diterima pada 8 Juli 2025

Revisi 1 pada 1 Agustus 2025

Revisi 2 pada 10 Agustus 2025

Revisi 3 pada 31 Agustus 2025

Disetujui pada 2 September 2025

Abstract

Purpose: This study analyzes how market competitive pay, career growth, and job satisfaction affect the job-hopping intentions of Generation Z employees in Yogyakarta.

Methodology/approach: This study used a quantitative method with purposive sampling. A total of 104 Generation Z respondents completed an online questionnaire, and the data were processed using multiple linear regression through SPSS 25.

Results/findings: The findings indicate that competitive pay, career growth, and job satisfaction collectively exert a significant influence on job-hopping intentions. However, market-competitive pay and job satisfaction showed a negative influence, meaning that higher levels of both reduce the tendency to job hop. Interestingly, career growth has a positive effect, indicating that greater perceived opportunities for advancement can increase job-hopping intentions when expectations are not met.

Conclusion: Career growth can motivate Gen Z employees to pursue external opportunities if their current organization lacks clear advancement. Competitive pay and job satisfaction can reduce the desire to job hop, making them essential components of effective retention strategies.

Limitations: This study was limited by a short data collection period of only one month. This may lead to temporal bias and restrict the depth of analysis; therefore, the findings should be interpreted with caution and not generalized without considering longer-term dynamics.

Contribution: This study highlights the need for companies to integrate fair compensation, transparent career development plans, and job satisfaction strategies to retain young employees effectively, particularly in competitive job markets.

Keywords: Career Growth, Generation Z, Job Hopping, Job Satisfaction, Market Competitive Pay.

How to Cite: Oktafiani, V., Pratama, Y. A., Miswanto, M., Siregar, B., Biyanto, F. (2025). Pengaruh Market Competitive Pay, Career Growth dan Job Satisfaction terhadap Niat Job Hopping pada Karyawan Generasi Z di Yogyakarta. *Studi Ilmu Manajemen dan Organisasi*, 6(3), 901-914.

1. Pendahuluan

Perubahan lanskap ketenagakerjaan akibat globalisasi dan perkembangan teknologi telah membawa dinamika baru dalam dunia kerja Indonesia. Generasi Z, yakni individu yang lahir antara tahun 1997–2012, kini mulai mendominasi pasar kerja dengan karakteristik yang berbeda dari generasi sebelumnya. Mereka tumbuh sebagai digital-native yang mengutamakan fleksibilitas, keseimbangan hidup, serta pengalaman kerja yang memberikan nilai tambah selain kompensasi

finansial (Pratama, 2020; Fadhli & Khusnia, 2021). Berbeda dengan generasi sebelumnya yang lebih menekankan loyalitas, Gen Z cenderung realistis dan cepat berpindah kerja jika kebutuhan maupun harapan mereka tidak terpenuhi (Sudaryanto *et al.*, 2024). Fenomena *job hopping* kemudian menjadi salah satu ciri menonjol generasi ini. Survei global menunjukkan bahwa 83% Gen Z secara terbuka mengidentifikasi diri sebagai *job hopper* (Szczepanek, 2023). Di Indonesia, Aulia *et al.* (2025) menemukan bahwa mayoritas Gen Z dengan masa kerja kurang dari dua tahun menunjukkan intensi berpindah yang tinggi. Kondisi serupa terlihat di Yogyakarta, yang meskipun dikenal sebagai kota pendidikan dan industri kreatif, masih menghadapi keterbatasan daya saing upah serta struktur organisasi yang relatif konservatif. Ketimpangan antara ekspektasi generasi muda dan kondisi aktual berpotensi menimbulkan ketidakpuasan kerja, yang pada akhirnya mendorong keputusan berpindah ke perusahaan lain (Siti Fatimah & Kasmawati, 2025).

Literatur terdahulu menjelaskan bahwa niat *Job Hopping* dipengaruhi oleh sejumlah faktor penting. *Market competitive pay* menjadi determinan utama dalam mempertahankan karyawan karena kompensasi yang adil dan kompetitif tidak hanya memenuhi kebutuhan finansial, tetapi juga membangun persepsi keadilan yang mampu menurunkan niat berpindah (Hernawan & Srimulyani, 2021). *Career growth* juga memiliki peran sentral, di mana jalur karier yang jelas serta peluang pengembangan berkelanjutan meningkatkan loyalitas, sementara ketiadaan peluang tersebut justru memperbesar kecenderungan melakukan *job hopping* (Kusuma *et al.*, 2024; Prakoso & Budiono, 2025). Selain itu, *job satisfaction* merupakan faktor psikologis yang mendasari keterikatan emosional karyawan terhadap organisasi. Penelitian sebelumnya menegaskan bahwa kepuasan kerja menurunkan intensi berpindah kerja, sedangkan ketidakpuasan mendorong karyawan mencari alternatif pekerjaan lain (Attamimi *et al.*, 2022; Maulidah *et al.*, 2022; Fitrianingrum & Arifianto, 2024). Dengan demikian, tiga faktor ini memiliki posisi penting dalam menjelaskan fenomena *job hopping* di kalangan pekerja muda.

Meskipun ketiga faktor tersebut telah banyak diteliti, sebagian besar kajian masih membahasnya dalam konteks umum. Beberapa penelitian hanya menekankan pengaruh kompensasi terhadap kepuasan kerja atau *career growth* terhadap retensi, sementara yang lain menguji kepuasan kerja terhadap kinerja. Belum terdapat penelitian kuantitatif di Yogyakarta yang secara khusus membahas pengaruh *market competitive pay*, *career growth*, dan *job satisfaction* dalam kombinasi yang sama terhadap niat *job hopping* Generasi Z. Padahal, Yogyakarta memiliki karakteristik sosial-ekonomi yang khas, dengan tingkat upah yang relatif rendah, dominasi sektor pendidikan dan industri kreatif, serta populasi pekerja muda yang besar. Kondisi ini memungkinkan faktor-faktor tersebut beroperasi dengan cara yang berbeda dibandingkan daerah lain (Ema, 2024; Oktaviani, Yuswanto, & Deviani, 2024).

Berdasarkan celah penelitian tersebut, studi ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *market competitive pay*, *career growth*, dan *job satisfaction* terhadap niat *job hopping* Generasi Z di Yogyakarta. Penelitian ini diharapkan memperkaya pemahaman teoretis mengenai perilaku kerja generasi muda dengan menghadirkan model kuantitatif yang lebih integratif, sekaligus memberikan implikasi praktis bagi perusahaan dalam merancang strategi retensi yang sesuai dengan karakteristik generasi muda di konteks lokal Yogyakarta (Syarif, 2025).

2. Tinjauan Pustaka dan Pengembangan Hipotesis

2.1 Equity Theory

Equity Theory menjelaskan bahwa *job satisfaction* seseorang ditentukan oleh persepsi atas keadilan dalam pertukaran antara usaha yang diberikan (*input*) dan imbalan yang diterima (*output*). Ketika karyawan merasa bahwa kontribusi mereka tidak dihargai secara adil dibandingkan rekan kerja yang setara, maka akan timbul ketidakseimbangan yang dapat menurunkan motivasi dan memicu keinginan untuk meninggalkan pekerjaan (Adams, 1963).

Dalam konteks Generasi Z, yang memiliki ekspektasi tinggi terhadap gaji kompetitif (*Market Competitive Pay*), peluang pengembangan karier (*Career Growth*), dan lingkungan kerja yang sesuai sehingga memberikan kepuasan (*Job Satisfaction*), ketimpangan antara harapan dan realitas

dapat menciptakan persepsi ketidakadilan. Ketika hal ini terjadi, mereka cenderung mencari pekerjaan lain yang dianggap lebih seimbang dan memuaskan. Oleh karena itu, Teori Ekuitas (*Equity Theory*) sangat relevan untuk menjelaskan bagaimana *market competitive pay*, *career growth*, dan *job satisfaction* memengaruhi niat *job hopping* pada karyawan Generasi Z di Yogyakarta.

2.2 Generasi Z

Generasi Z adalah individu yang lahir antara tahun 1997 dan 2012, yang mana saat ini mereka telah menjadi bagian dominan dari angkatan kerja aktif (Sudaryanto *et al.*, 2024). Generasi Z tumbuh dalam lingkungan sosial yang dinamis penuh ketidakpastian dan perubahan cepat, membentuk pola pikir pragmatis serta adaptif. Generasi Z cenderung mengutamakan fleksibilitas kerja, pertumbuhan karier yang terstruktur, dan keseimbangan antara kehidupan profesional dengan pribadi. Mereka juga menunjukkan toleransi yang rendah terhadap struktur kerja yang kaku dan lebih terbuka terhadap peluang baru ketika nilai-nilai organisasi tidak selaras dengan aspirasi pribadi. Perkembangan digital yang pesat turut membentuk karakteristik Generasi Z di tempat kerja. Kelompok ini sangat menghargai kesempatan pengembangan kompetensi digital dan lingkungan kerja yang mendorong inovasi. Ketika organisasi gagal memenuhi ekspektasi terkait remunerasi kompetitif, dukungan pengembangan karier, serta iklim kerja yang inklusif, kecenderungan untuk berpindah pekerjaan menjadi lebih tinggi. Fenomena ini dapat dipahami melalui prinsip pertukaran sosial, di mana keterikatan karyawan bergantung pada keseimbangan antara kontribusi yang diberikan dengan imbalan yang diterima. Oleh karena itu, perusahaan perlu mengembangkan strategi retensi komprehensif yang memadukan aspek finansial, pengembangan kompetensi, dan penciptaan pengalaman kerja yang bermakna untuk mempertahankan talenta generasi ini (Nurqamar *et al.*, 2022; Awalia & Zulkarnaini, 2025).

2.3 Market Competitive Pay

Market competitive pay atau kompensasi yang kompetitif dalam konteks pasar kerja adalah salah satu faktor eksternal yang memengaruhi retensi dan kepuasan karyawan. *Market competitive pay* adalah tingkat kompensasi (gaji dan tunjangan) yang ditawarkan oleh suatu perusahaan yang sebanding atau bersaing dengan apa yang ditawarkan oleh perusahaan lain di industri atau wilayah yang sama (Yanadori, 2014). Kompensasi yang adil dan kompetitif bukan hanya sekadar memenuhi kebutuhan finansial, melainkan juga menciptakan rasa keadilan dalam hubungan kerja. Rasa keadilan ini menjadi faktor penting yang menurunkan intensi berpindah kerja (Hernawan & Srimulyani, 2021). Hasil penelitian Saif & Siddiqui (2019) menyatakan bahwa kompensasi yang kompetitif tidak berpengaruh signifikan terhadap kecenderungan perilaku *job hopping* di kalangan Generasi Milenial Pakistan. Namun, pada generasi yang lebih muda seperti Gen Z, gaji yang lebih tinggi tetap dapat mendorong niat berpindah kerja, terutama jika dikaitkan dengan harapan karier jangka pendek dan keinginan memperoleh imbalan secara cepat. Dalam konteks Yogyakarta yang memiliki UMR relatif rendah, persepsi ketidakadilan dalam kompensasi dapat menjadi pendorong utama niat *job hopping*.

H1: *Market Competitive Pay* berpengaruh positif terhadap niat *job hopping* pada karyawan Gen Z di Yogyakarta.

2.4 Career Growth

Career growth perjalanan profesional seumur hidup seseorang, mencakup semua kemajuan dan langkah yang diambil dalam pekerjaan mereka. Karier biasanya terdiri dari serangkaian posisi tetap dalam jangka waktu lama, bukan hanya satu pekerjaan saja (Wakhinuddin, 2020). Berdasarkan *Career growth scale* oleh Weng *et al.* (2018), ada empat dimensi utama dari *career growth*: *career goal progress*, *professional ability development*, *promotion speed*, dan *career opportunity*. Penelitian oleh Fadhilah and Ulviana (2025) menunjukkan bahwa semakin baik peluang pengembangan karier (*career growth*) yang dirasakan karyawan, maka semakin kecil kecenderungan mereka untuk memiliki niat *job hopping*, yang menunjukkan adanya hubungan negatif antara pengembangan karier. Lingkungan kerja yang buruk, ketidakjelasan jalur karier, serta ketidakpuasan terhadap kondisi pekerjaan terbukti memperlemah komitmen karyawan. Ekspektasi karier yang tidak terpenuhi justru dapat meningkatkan keinginan berpindah (Prakoso &

Budiono, 2025). Penelitian lain juga menegaskan bahwa stagnasi karier menjadi alasan umum bagi Generasi Z untuk melakukan *job hopping* (Aini & Amalia, 2024). Hal ini selaras dengan temuan Gustika *et al.* (2021) yang menekankan jalur pengembangan karier sebagai faktor penting *job hopping* Gen Z, serta penelitian Utami *et al.* (2025) yang menunjukkan bahwa ketersediaan jalur karier yang jelas dapat menekan niat berpindah pada generasi milenial.

H2: *Career Growth* berpengaruh negatif terhadap niat *job hopping* pada karyawan Gen Z di Yogyakarta.

2.5 Job Satisfaction

Job Satisfaction adalah bagaimana karyawan merasakan dan memandang pekerjaan mereka secara keseluruhan, baik secara emosional maupun berdasarkan sudut pandang pribadi, terlepas dari apakah pengalaman tersebut dirasa positif maupun negatif (Edison *et al.*, 2017). Evaluasi ini mencakup berbagai dimensi pekerjaan, mulai dari tantangan tugas, hubungan interpersonal, hingga kesesuaian nilai pribadi dengan budaya organisasi, yang secara kolektif membentuk persepsi positif atau negatif terhadap pekerjaan. Pada Generasi Z, faktor-faktor seperti budaya organisasi yang inklusif, lingkungan kerja yang dinamis, serta keyakinan akan kemampuan diri (efikasi diri) telah terbukti secara signifikan meningkatkan tingkat kepuasan kerja (Sanlia & Turangan, 2023).

Namun, ketidakpuasan kerja pada generasi ini cenderung berdampak lebih langsung dan ekspresif dibandingkan generasi sebelumnya. Penelitian Ardani *et al.* (2024) mengungkapkan bahwa bahkan tingkat ketidakpuasan yang relatif rendah dapat dengan cepat memicu niat *job hopping* pada Gen Z. Temuan ini selaras dengan studi Aulia *et al.* (2025) yang menyoroti dua faktor utama pemicu *job hopping*: ketidaknyamanan terhadap lingkungan kerja (seperti kurangnya fleksibilitas atau dukungan sosial) dan ketidakpuasan terhadap manajemen (termasuk kebijakan kompensasi yang tidak kompetitif atau kurangnya transparansi dalam pengembangan karier). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Indrati *et al.*, (2025) menyatakan bahwa kepuasan kerja berpengaruh negatif terhadap turnover intention, di mana ketidakpuasan kerja mendorong karyawan untuk mengundurkan diri dari pekerjaannya. Oleh karena itu, kepuasan kerja dipandang sebagai variabel yang sangat dominan dalam mengurangi niat *job hopping* pada karyawan Gen Z. Kombinasi faktor-faktor ini menciptakan dinamika unik di mana Gen Z, sebagai generasi yang sangat menghargai otonomi dan pertumbuhan diri, cenderung mengambil tindakan cepat (seperti *resign*) ketika ekspektasi kerja tidak terpenuhi. Implikasinya, perusahaan perlu secara proaktif memantau dan mengelola determinan kepuasan kerja ini sebagai strategi retensi yang kritis. Selain menciptakan kinerja yang lebih baik, kepuasan kerja juga terbukti meningkatkan keterikatan emosional terhadap organisasi. Karyawan yang merasa puas akan lebih berkomitmen dan memiliki loyalitas tinggi sehingga kemungkinan berpindah kerja menjadi lebih kecil (Attamimi *et al.*, 2022).

H3: *Job satisfaction* berpengaruh negatif terhadap niat *job hopping* pada karyawan Gen Z di Yogyakarta.

2.6 Job hopping

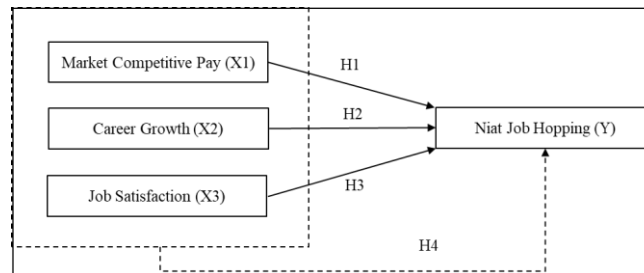
Job hopping menurut Pranaya (2014) adalah ketika pekerja secara sadar berpindah dari satu posisi ke posisi lain dalam periode yang relatif singkat, tanpa ada paksaan seperti dipecat atau perusahaan tutup. Namun, tidak semua bentuk perpindahan kerja secara sukarela dapat dikategorikan sebagai *job hopping*. Dikatakan *job hopping* apabila frekuensi perpindahan kerja terjadi dalam interval waktu lebih singkat dari dua tahun (Yuen, 2016).

Studi di Polandia Gajda (2024) menunjukkan bahwa faktor sosio-demografis turut memengaruhi kecenderungan ini. Menariknya, bagi sebagian Gen Z, *job hopping* dipandang sebagai strategi positif untuk meraih *work-life balance*, pengembangan karier, dan keuntungan finansial, sehingga lebih tepat dipahami sebagai pola kerja baru dibanding sekadar tanda ketidakloyalan. Lebih jauh lagi, dukungan yang diberikan oleh organisasi juga berperan penting dalam menentukan niat karyawan untuk melakukan *job hopping*. Aulia *et al.*, (2025) menyatakan bahwa karyawan yang merasakan dukungan kuat dari perusahaan, baik dalam hal pelatihan maupun dalam pengembangan karir, cenderung memiliki niat rendah untuk berpindah pekerjaan. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang proaktif dalam menciptakan lingkungan kerja yang mendukung dan memberikan

peluang pertumbuhan akan lebih mampu mempertahankan karyawan mereka.

H4: *Market competitive pay*, *career growth*, dan *job satisfaction* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap niat *job hopping* pada karyawan Gen Z di Yogyakarta.

2.7 Kerangka Konseptual



Gambar 1. Kerangka Konseptual

3. Metodologi penelitian

3.1 Populasi dan sampel

Populasi yang menjadi subjek penelitian ini mencakup seluruh warga yang berdomisili di Kota Yogyakarta. Namun, sampel yang dipilih secara khusus adalah Generasi Z, menggunakan metode *purposive sampling* (Malhotra, 2019). Untuk menentukan jumlah sampel minimal, penelitian ini mengacu pada aturan dari Hair, *et al.* (2019), yaitu 5 hingga 10 kali jumlah indikator. Karena penelitian ini memiliki 18 indikator, jumlah minimal responden yang dibutuhkan adalah $18 \times 5 = 90$ orang.

3.2 Sumber dan teknik pengumpulan data

Penelitian ini memanfaatkan data yang diperoleh secara langsung (Data Primer) dari karyawan Generasi Z di Kota Yogyakarta melalui kuesioner online menggunakan *Google Form*. Kuesioner ini dirancang untuk mengukur *market competitive pay*, *career growth*, dan *job satisfaction* terhadap niat *job hopping* Generasi Z. Sebelum disebarkan, kuesioner diuji coba untuk memastikan kevalidan dan keandalannya. Pertanyaan disusun menggunakan skala Likert 1–5, dengan 1 untuk "sangat tidak setuju" dan 5 untuk "sangat setuju".

3.3 Definisi operasional variabel

Penelitian ini mengoperasionalkan beberapa variabel kunci, meliputi:

1. Variabel independen (variabel X) adalah *market competitive pay*, *career growth* dan *job satisfaction*.
2. Variabel dependen (variabel Y) adalah *job hopping*.

Market competitive pay. Tingkat kompensasi (gaji dan tunjangan) yang ditawarkan oleh suatu perusahaan yang sebanding atau bersaing dengan apa yang ditawarkan oleh perusahaan lain di industri atau wilayah yang sama. Pengukuran *market competitive pay* dilakukan dengan indikator-indikator yang mengacu pada penelitian terdahulu yang telah dilakukan Saif & Siddiqui (2019) yaitu: 1) Kecukupan gaji untuk kebutuhan hidup. 2) Kesesuaian gaji dengan pasar. 3) Kepuasan terhadap struktur gaji. Adapun instrumen penelitian untuk mengukur *market competitive pay* antara lain: 1) Perusahaan saya bekerja telah memberikan pembayaran/gaji yang cukup untuk memenuhi kebutuhan hidup saya di Yogyakarta (Indikator 1). 2) Perusahaan saya bekerja telah memberikan gaji yang kompetitif di pasar kepada karyawan (Indikator 2). 3) Saya merasa senang dengan cara perusahaan mengatur gaji saya (Indikator 3).

Career growth. Proses perkembangan individu dalam mencapai kemajuan kariernya, baik melalui kenaikan jabatan, peningkatan keterampilan, perluasan tanggung jawab, maupun pencapaian tujuan karier jangka panjang. Pengukuran *career growth* dilakukan dengan menyertakan indikator yang merujuk pada penelitian sebelumnya yang dilakukan Weng (2018) yaitu: 1) Perkembangan tujuan karir. 2) Pengembangan kemampuan profesional. 3) Kecepatan promosi. 4) Pertumbuhan imbalan. Adapun instrumen penelitian untuk mengukur *career growth* antara lain: 1) Pekerjaan saya saat ini

membawa saya lebih dekat dengan tujuan karier saya (Indikator 1). 2) Pekerjaan saya saat ini mendorong saya untuk terus memperoleh keterampilan baru yang relevan dengan pekerjaan (Indikator 2). 3) Pekerjaan saya saat ini memungkinkan saya untuk terus meningkatkan kemampuan profesional saya (Indikator 2). 4) Kecepatan promosi saya di organisasi saat ini tergolong cepat (Indikator 3). 5) Dibandingkan dengan rekan kerja saya, gaji saya tumbuh lebih cepat (Indikator 4). *Job satisfaction*. Kumpulan persepsi dan emosi yang dirasakan karyawan terhadap pekerjaan yang mereka lakukan, terlepas dari apakah pengalaman tersebut dirasa positif maupun negatif. *Job satisfaction* dalam penelitian ini diukur menggunakan indikator yang mengacu pada penelitian sebelumnya yang dilakukan Kusuma *et al.* (2024) yaitu: 1) Gaji. 2) Pekerjaan itu sendiri. 3) Rekan kerja. 4) Atasan. 5) Promosi. 6) Lingkungan kerja. Adapun instrumen penelitian untuk mengukur job satisfaction antara lain: 1) Saya merasa gaji yang saya terima sudah sesuai dengan pekerjaan yang saya lakukan (Indikator 1). 2) Saya merasa pekerjaan saya memberikan tantangan dan kepuasan tersendiri (Indikator 2). 3) Saya merasa nyaman bekerja sama dengan rekan-rekan kerja saya (Indikator 3). 4) Atasan saya memperlakukan saya dengan adil dan mendukung pekerjaan saya (Indikator 4). 5) Saya memiliki peluang yang jelas untuk mendapatkan promosi di tempat kerja (Indikator 5). 6) Lingkungan kerja saya mendukung kenyamanan dan produktivitas saya (Indikator 6).

Job hopping. Tindakan karyawan yang secara sukarela memutuskan untuk berganti pekerjaan dalam jangka waktu yang tergolong singkat, biasanya antara satu hingga dua tahun, tanpa adanya paksaan seperti pemecatan atau penutupan perusahaan. Dalam penelitian ini, *job hopping* diukur menggunakan sejumlah indikator yang merujuk pada penelitian sebelumnya yang dilakukan Saif & Siddiqui (2019) yaitu: 1) Mencari pekerjaan yang lebih ideal. 2) Berpikir untuk pindah dalam waktu singkat bekerja. 3) Ketidakpuasan mendorong niat pindah kerja. 4) Tidak berencana bertahan lebih dari 1–2 tahun. Adapun instrumen penelitian untuk mengukur job hopping antara lain: 1) Saya sedang aktif mencari pekerjaan yang lebih sesuai dari pekerjaan saya saat ini (Indikator 1). 2) Saya sudah mempertimbangkan untuk pindah dari organisasi ini sejak awal saya bekerja (Indikator 2). 3) Saya akan mencari pekerjaan baru jika saya merasa tidak mendapatkan kesempatan pengembangan di sini (Indikator 3). 4) Saya tidak melihat diri saya bekerja di perusahaan ini lebih dari 1 tahun (Indikator 3).

4. Hasil dan Pembahasan

Data dalam penelitian ini diperoleh dari 104 responden melalui pengisian kuesioner Google Form yang didistribusikan pada bulan Juni 2025. Data tersebut kemudian dianalisis menggunakan SPSS versi 25 dengan metode regresi berganda.

4.1 Karakteristik responden

Tabel 1. Karakteristik Responden

Variabel	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki	55	52.9
	Perempuan	49	47.1
Usia	12-15 th	0	0
	16-19 th	0	0
	20-23 th	28	26.9
	24-27 th	76	73.1
Pendidikan	SD	0	0
	SMP	0	0
	SMA/SMK	13	12.5
	D3	11	10.6
	S1	80	76.9
Status pekerjaan	Karyawan Kontrak	64	61.5
	Karyawan Tetap	40	38.5
Pernah pindah kerja	1 kali	17	16.3
	2 kali	28	26.9

	3 kali	8	7.7
	4 kali	7	6.7
	> 5 kali	15	14.4
	Tidak pernah	29	27.9

Sumber: Hasil pengolahan data tahun 2025.

Berdasarkan tabel karakteristik responden, komposisi gender relatif seimbang dengan laki-laki sebesar 52,9% dan perempuan 47,1%, sehingga hasil penelitian dapat merepresentasikan pandangan kedua jenis kelamin. Dari sisi usia, mayoritas responden berada pada kelompok 20–23 tahun (73,1%), yakni usia muda yang masih dalam tahap eksplorasi karier, sehingga wajar jika mereka memiliki mobilitas tinggi dan kecenderungan lebih besar untuk melakukan job hopping. Tingkat pendidikan didominasi lulusan S1 (76,9%), yang menunjukkan bahwa responden memiliki latar belakang pendidikan tinggi dengan ekspektasi lebih besar terhadap kompensasi, pengembangan, dan jenjang karier. Status pekerjaan mayoritas adalah karyawan kontrak (61,5%), yang biasanya lebih rentan terhadap niat berpindah karena status kontrak sering dianggap tidak memberikan kepastian jangka panjang. Selain itu, data juga menunjukkan bahwa sebagian besar responden pernah berpindah kerja, baik satu kali (15,4%), dua kali (26,9%), maupun lebih dari lima kali (14,4%), sedangkan hanya 27,9% yang tidak pernah pindah. Fakta ini memperkuat bahwa fenomena job hopping cukup dominan di kalangan responden, bahkan bagi sebagian karyawan muda sudah berkembang menjadi pola baru dalam perjalanan karier mereka, bukan sekadar fenomena insidental.

4.2 Hasil analisis statistik data

4.2.1 Uji validitas

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	Loading Factor	Ket
Market Competitive Pay (X1)	X1.1	0.904	Valid
	X1.2	0.912	
	X1.3	0.918	
Career Growth (X2)	X2.1	0.908	Valid
	X2.2	0.896	
	X2.3	0.929	
	X2.4	0.891	
	X2.5	0.802	
Job Satisfaction (X3)	X3.1	0.782	Valid
	X3.2	0.915	
	X3.3	0.941	
	X3.4	0.838	
	X3.5	0.905	
	X3.6	0.932	
Job Hopping (Y)	Y1	0.895	Valid
	Y2	0.866	
	Y3	0.679	
	Y4	0.824	

Sumber: Hasil pengolahan data tahun 2025.

Berdasarkan hasil uji validitas (lihat Tabel 2), seluruh indikator pada variabel X1, X2, X3, dan Y dinyatakan memenuhi syarat validitas. Hal ini terlihat dari nilai *loading factor* setiap indikator yang

berada di atas 0,6. Dengan demikian, instrumen dalam penelitian ini dianggap valid dan sesuai untuk digunakan dalam proses pengumpulan data (Winarno, 2017).

4.2.2 Uji reliabilitas

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Ket
<i>Market Competitive Pay</i>	0.898	Reliabel
<i>Career Growth</i>	0.930	
<i>Job Satisfaction</i>	0.944	
<i>Job Hopping</i>	0.834	

Sumber: Hasil pengolahan data tahun 2025.

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel, seluruh variabel penelitian dinyatakan reliabel karena setiap variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60.

4.2.3 Uji asumsi klasik

4.2.3.1 Uji normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan membagi skewness dan kurtosis dengan *standard error*-nya, dan data dianggap normal jika nilainya berada antara -1,96 hingga +1,96.

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas

Rasio Skewness	Rasio Kurtosis
1.705	-1.326

Sumber: Hasil pengolahan data tahun 2025.

Hasil uji normalitas pada tabel menunjukkan bahwa data seluruh variabel dalam penelitian ini berdistribusi normal. Hal tersebut ditunjukkan oleh nilai rasio Skewness (1.705) dan Kurtosis (-1.326) yang masih berada dalam batas -1,96 hingga +1,96.

4.2.3.2 Uji multikolinearitas

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keputusan
<i>Market Competitive Pay</i>	0.555	1.801	Tidak terjadi multikolinearitas
<i>Career Growth</i>	0.166	6.020	Tidak terjadi multikolinearitas
<i>Job Satisfaction</i>	0.181	5.533	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber: Hasil pengolahan data tahun 2025.

Berdasarkan tabel uji multikolinearitas, model regresi ini terbebas dari masalah multikolinearitas. Hal ini ditunjukkan oleh nilai Tolerance pada seluruh variabel yang lebih besar dari 0,1 serta nilai VIF yang tidak melebihi 10.

4.2.3.3 Uji heteroskedastisitas

Tabel 6. Hasil Uji Heteroskedastisitas (Spearman Rho)

Variabel	Sig.	Keputusan
<i>Market Competitive Pay</i>	0.767	Tidak terjadi heteroskedastisitas
<i>Career Growth</i>	0.282	
<i>Job Satisfaction</i>	0.198	

Sumber: Hasil pengolahan data tahun 2025.

Mengacu pada tabel uji heteroskedastisitas, dalam penelitian ini model regresi yang digunakan tidak mengalami masalah heteroskedastisitas. Hal tersebut terlihat dari nilai signifikansi (Sig.) semua variabel yang melebihi angka 0,05.

4.2.4 Uji model (Uji F)

Hasil uji F menunjukkan bahwa variabel *Market Competitive Pay*, *Career Growth*, dan *Job Satisfaction* membentuk model regresi yang layak digunakan sebagai model prediktif terhadap *Job Hopping*. Dengan demikian, ketiga variabel independen terbukti berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen *Job Hopping*. Hal ini didukung oleh nilai p-value (Sig.) sebesar 0,001 yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05, sehingga model regresi dapat dikategorikan signifikan.

4.2.5 Analisis regresi linier berganda

Tabel 7. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	B	Sig.	Kesimpulan
<i>Competitive Market Pay</i>	-0.227	0.045	Signifikan
<i>Career Growth</i>	0.833	0.000	Sangat Signifikan
<i>Job Satisfaction</i>	-0.787	0.000	Sangat Signifikan

Sumber: Hasil pengolahan data tahun 2025.

Berdasarkan hasil analisis, persamaan regresi yang didapatkan adalah: $Y = 9.177 - 0.227X_1 + 0.833X_2 - 0.787X_3$.

1. Nilai konstanta (a) mencerminkan besarnya pengaruh *job hopping* (Y). Nilai konstanta sebesar 9.177 berarti jika seluruh variabel independen (*Market Competitive Pay*, *Career Growth*, dan *Job Satisfaction*) dianggap tidak ada atau bernilai nol, maka niat *job hopping* pada karyawan Gen Z di Yogyakarta berada pada tingkat 9.177 poin. Ini adalah nilai dasar niat berpindah kerja tanpa adanya pengaruh dari ketiga faktor yang diteliti.
2. *Market Competitive Pay*. Gaji yang lebih tinggi justru menurunkan niat karyawan untuk *job hopping*. Setiap kenaikan gaji 1 poin dapat mengurangi niat pindah kerja sebesar 0,227 poin.
3. *Career Growth*. Tingginya peluang perkembangan karier justru meningkatkan niat *job hopping*. Setiap peningkatan peluang karier 1 poin dapat menaikkan niat pindah kerja sebesar 0,833 poin.
4. *Job Satisfaction*. Kepuasan kerja yang tinggi dapat menurunkan niat *job hopping*. Setiap kenaikan kepuasan kerja 1 poin akan menurunkan niat pindah kerja sebesar 0,787 poin.

4.2.6 Uji hipotesis (Uji T)

Hasil uji T menunjukkan bahwa ketiga variabel independen (*Market Competitive Pay*, *Career Growth*, dan *Job Satisfaction*) berpengaruh signifikan terhadap niat *job hopping* pada karyawan Gen Z di Yogyakarta. Pertama, *Market Competitive Pay* memiliki pengaruh signifikan (Sig. 0,045), yang berarti **H1 diterima**. Namun, nilai koefisien yang negatif (-0,227) mengindikasikan bahwa semakin besar persepsi terhadap gaji yang kompetitif, maka semakin kecil kecenderungan untuk melakukan *job hopping*. Hasil ini berlawanan dengan dugaan awal. Kedua, *Career Growth* juga berpengaruh signifikan (Sig. 0,000) dan **H2 diterima**. Uniknya, koefisiennya positif (+0,833), menandakan bahwa semakin baik peluang karier yang dirasakan, niat untuk *job hopping* justru semakin meningkat. Temuan ini juga bertentangan dengan hipotesis. Terakhir, *Job Satisfaction* menunjukkan pengaruh signifikan (Sig. 0,000) dengan koefisien negatif (-0,787), yang **sesuai dengan hipotesis (H3)**. Hal ini menegaskan bahwa semakin besar tingkat kepuasan kerja yang dirasakan, maka semakin kecil keinginan karyawan untuk berganti pekerjaan.

4.2.7 Analisis koefisien determinasi

Tabel 8. Hasil Analisis Koefisien Determinasi

R Square	Adjusted R Square
0.518	0.504

Sumber: Hasil pengolahan data tahun 2025.

Adjusted R Square sebesar 0,518 mengindikasikan bahwa 51,8% variasi dalam niat *job hopping* dapat

dijelaskan oleh variabel *Market Competitive Pay*, *Career Growth*, dan *Job Satisfaction*. Sementara itu, sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam model ini. Temuan ini menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan cukup baik, dan ketiga variabel tersebut berperan sebagai prediktor yang kuat dalam memengaruhi niat *job hopping*.

4.3 Pembahasan

4.3.1 Pengaruh market competitive pay terhadap niat job hopping pada karyawan gen Z di Yogyakarta
Hasil penelitian mengungkapkan bahwa *market competitive pay* memiliki pengaruh yang signifikan dan bernilai negatif terhadap niat *job hopping* pada karyawan Generasi Z di Yogyakarta. Ini berarti, semakin Gen Z merasa gaji mereka sesuai dengan standar pasar, semakin kecil kemungkinan mereka untuk pindah kerja. Temuan ini membuktikan adanya pengaruh signifikan, namun arah hubungannya berlawanan dengan hipotesis awal yang menduga hubungan positif.

Hasil ini selaras dengan Equity Theory Adams (1963), yang menyatakan bahwa persepsi keadilan dalam hubungan kerja, termasuk imbalan finansial sangat memengaruhi sikap dan perilaku karyawan. Gen Z yang merasa bahwa kompensasi mereka adil dan sepadan dengan kontribusi cenderung memiliki loyalitas lebih tinggi terhadap organisasi. Hal ini menjadi sangat relevan dalam konteks Yogyakarta, di mana tingkat UMR yang relatif rendah membuat persepsi terhadap keadilan upah menjadi isu yang krusial.

Hasil penelitian oleh Saif & Siddiqui (2019) juga mendukung penelitian ini, bahwasannya ketidakpuasan terhadap kompensasi merupakan salah satu pemicu utama niat *job hopping* pada generasi Z. Selain itu, penelitian Miswanto & Hermawan (2020) menegaskan bahwa pemberian kompensasi yang layak berdampak positif pada produktivitas karyawan, karena karyawan merasa dihargai dan termotivasi untuk meningkatkan kinerja mereka. Oleh karena itu, perusahaan yang ingin mempertahankan talenta generasi ini perlu memastikan bahwa sistem gaji tidak hanya kompetitif, tetapi juga dirasakan adil, layak, dan bermakna oleh karyawan. Transparansi dalam struktur kompensasi serta keterkaitan antara kinerja dan imbalan juga menjadi aspek penting dalam menurunkan intensi *job hopping* dan meningkatkan keterikatan kerja.

4.3.2 Pengaruh career growth terhadap niat job hopping pada karyawan gen Z di Yogyakarta

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa *career growth* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keinginan untuk melakukan *job hopping* pada karyawan Generasi Z di Yogyakarta. Artinya, semakin tinggi persepsi terhadap peluang pengembangan karier, justru semakin besar keinginan mereka untuk berpindah kerja. Temuan ini bertolak belakang dengan hipotesis awal yang mengasumsikan pengaruh negatif, namun dapat dijelaskan melalui karakteristik unik Gen Z yang memandang pengembangan karier tidak terbatas pada promosi internal, melainkan juga mencakup pencarian peluang eksternal untuk mempercepat pengalaman dan kemajuan profesional.

Fenomena ini mencerminkan bahwa persepsi terhadap *career growth* belum tentu diiringi oleh realisasi yang sesuai di dalam organisasi, sehingga mendorong Gen Z untuk mencari peluang di tempat lain. Seperti dijelaskan oleh Weng (2018), ketidaksesuaian antara harapan terhadap promosi dan realitas yang dialami dapat memicu mobilitas vertikal melalui perpindahan kerja.

Penelitian oleh Aini & Amalia (2024) juga memperkuat temuan ini, menyatakan bahwa stagnasi atau ketidakpastian jalur karier menjadi faktor utama pendorong niat *job hopping* pada Gen Z. Oleh karena itu, perusahaan perlu membangun sistem pengembangan karier yang transparan, relevan, dan progresif, serta melibatkan karyawan dalam perencanaan karier sejak dini. Komunikasi yang terbuka mengenai harapan karier secara berkala juga menjadi kunci untuk mengurangi potensi *job hopping* yang ditimbulkan oleh ketimpangan ekspektasi ini.

4.3.3 Pengaruh job satisfaction terhadap niat job hopping pada karyawan gen Z di Yogyakarta

Penelitian ini menunjukkan bahwa *job satisfaction* berpengaruh secara signifikan dan negatif terhadap kecenderungan *job hopping* di kalangan karyawan Generasi Z di Yogyakarta. Temuan ini mendukung hipotesis awal dan mempertegas bahwa kepuasan kerja merupakan faktor kunci dalam menurunkan niat

job hopping di kalangan generasi muda. Faktor-faktor seperti kenyamanan lingkungan kerja, relasi yang suportif dengan rekan dan atasan, serta penghargaan atas kontribusi kerja terbukti meningkatkan keterikatan emosional terhadap organisasi. Gen Z, yang menghargai makna kerja dan kesempatan bertumbuh, akan cenderung bertahan ketika kebutuhan psikologis ini terpenuhi.

Penelitian Aulia *et al.* (2025) juga menguatkan bahwa *job satisfaction* adalah prediktor kuat terhadap loyalitas kerja generasi muda. Di wilayah seperti Yogyakarta, di mana banyak perusahaan berskala kecil-menengah dan sektor kreatif berkembang, kepuasan kerja dapat menjadi alat retensi yang efektif, bahkan lebih daripada insentif finansial. Studi Kusuma *et al.* (2024) juga menegaskan bahwa ketika karyawan merasa dihargai, diakui, dan memiliki hubungan sosial yang harmonis, niat untuk pindah kerja menurun secara signifikan.

Penelitian Humaira *et al.*, (2024) menunjukkan bahwa intensi *job hopping* pada Generasi Z lebih tinggi dibandingkan Generasi Y. Hal ini menegaskan bahwa fenomena *job hopping* tidak hanya dipengaruhi oleh faktor organisasi seperti gaji atau kepuasan kerja, tetapi juga oleh karakteristik generasi yang cenderung lebih *mobile*, dinamis, dan terbuka terhadap peluang kerja baru. Selaras dengan itu, temuan Malinda & Kustini (2021) mengindikasikan bahwa kepuasan kerja tidak hanya meningkatkan loyalitas terhadap organisasi, tetapi juga menjadi penghalang utama terhadap niat keluar dari perusahaan. Oleh karena itu, menciptakan pengalaman kerja yang bermakna, menjaga keseimbangan kerja-hidup, serta membangun iklim kerja yang positif merupakan strategi penting dalam mengurangi intensi *job hopping* di kalangan Gen Z.

4.3.4 Pengaruh Market competitive pay, career growth, dan job satisfaction terhadap niat job hopping pada karyawan Gen Z di Yogyakarta

Hasil penelitian menunjukkan bahwa niat *job hopping* pada karyawan Generasi Z di Yogyakarta dipengaruhi secara signifikan oleh tiga faktor utama, yaitu *Market Competitive Pay*, *Career Growth*, dan *Job Satisfaction*. Ketiga variabel ini terbukti memiliki pengaruh signifikan secara simultan terhadap niat berpindah kerja, sebagaimana dibuktikan melalui diterimanya seluruh hipotesis parsial (H1, H2, dan H3). Namun, arah dan kekuatan pengaruh dari masing-masing variabel menunjukkan dinamika yang menarik dan penting untuk dianalisis secara mendalam.

Market Competitive Pay berpengaruh negatif signifikan terhadap niat pindah kerja. Semakin tinggi persepsi terhadap gaji yang adil dan sesuai pasar, semakin rendah niat berpindah. Temuan ini mendukung Equity Theory, serta penelitian oleh penelitian Saif & Siddiqui (2019) dan Miswanto & Hermawan (2020). *Career Growth* justru menunjukkan pengaruh positif, artinya Gen Z yang melihat peluang karier cenderung mencari tantangan baru di luar jika perkembangan internal tidak sesuai harapan. Temuan ini sejalan dengan studi Weng (2018) dan Aini & Amalia (2024) yang menyatakan bahwa ketidakcocokan harapan-realitas karier mendorong mobilitas eksternal. *Job Satisfaction* memiliki pengaruh negatif paling kuat terhadap niat *job hopping*, karena kepuasan kerja yang tinggi mengurangi keinginan pindah (Malinda & Kustini, 2021; Kusuma *et al.*, 2024; Aulia *et al.*, 2025). Selain itu, studi yang dilakukan oleh Gulo & Ardiansyah (2025) juga menegaskan bahwa *job satisfaction* memiliki pengaruh langsung dan signifikan terhadap turnover intention dengan koefisien negatif yang kuat.

Secara keseluruhan, ketiga faktor berpengaruh signifikan terhadap niat *job hopping*. Namun, efektivitas pengaruhnya bergantung pada kekuatan dan arahnya. Sementara itu, Larasati & Aryanto (2020) menambahkan bahwa *job hopping* dipicu oleh faktor intrinsik seperti budaya perusahaan, maupun faktor ekstrinsik seperti gaji dan jalur karier yang jelas. Perusahaan yang ada di Yogyakarta perlu menerapkan pendekatan holistik dan terintegrasi, menggabungkan kompensasi yang adil, jalur karier yang jelas, serta lingkungan kerja yang mendukung. Sejalan dengan itu, Claristia & Etikariena (2024) menegaskan bahwa dukungan atasan dan komitmen organisasi juga memainkan peran penting dalam mencegah *job hopping*, yang sekaligus memperkuat peran lingkungan kerja sebagai faktor kunci retensi karyawan muda.

5. Kesimpulan

Penelitian ini menemukan bahwa *job satisfaction* (Kepuasan kerja) menjadi faktor yang paling berperan dalam menahan niat *job hopping* pada karyawan Generasi Z di Yogyakarta. Responden yang merasa nyaman dengan suasana kerja, memiliki hubungan sosial yang baik dengan rekan dan atasan, serta mendapatkan penghargaan atas kontribusi mereka, cenderung lebih memilih bertahan dalam organisasi. Temuan ini menegaskan bahwa kepuasan kerja bukan hanya soal beban atau tugas, tetapi menyangkut rasa dihargai dan keterikatan emosional dengan tempat kerja. Selain itu, *markert competitive pay* (Kompensasi) yang sesuai dengan standar pasar tetap dianggap penting, namun nilainya berada pada tingkat sedang. Artinya, gaji yang adil memang dihargai, tetapi bukan menjadi satu-satunya alasan bagi Generasi Z untuk bertahan. Faktor ini lebih dilihat sebagai syarat minimum, bukan penentu utama dalam pengambilan keputusan.

Hal yang menarik adalah kecenderungan Generasi Z dalam memandang *career growth*. Meskipun kesempatan berkembang dinilai cukup tinggi, justru banyak responden yang melihat peluang tersebut sebagai alasan untuk mencari pengalaman baru di luar perusahaan. Dengan kata lain, mereka menjadikan *job hopping* sebagai strategi untuk mempercepat pencapaian karier, bukan sebagai tanda ketidakloyalan semata. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Generasi Z di Yogyakarta memandang kepuasan kerja sebagai fondasi utama dalam menentukan pilihan bertahan, sementara kompensasi dianggap penting namun bukan prioritas utama, dan peluang karier justru sering dipahami sebagai alasan untuk berpindah. Temuan ini memberikan gambaran nyata bahwa *job hopping* bagi generasi muda lebih dilihat sebagai pola kerja baru dalam menghadapi dunia kerja yang dinamis, bukan sekadar masalah ketidakpuasan atau kompensasi yang rendah.

Referensi

- Adams, J. S. (1963). Towards an understanding of inequity. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 67(5), 422. <https://doi.org/10.1037/h0040968>
- Aini, N., & Amalia, L. (2024). Pengaruh Career Growth Terhadap Turnover Intention Dengan Organizational Commitment Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 7(2), 1–10. <http://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jrpp>
- Ardani, M. A., Rasyid, M., Dwi, D., & Rahmah, N. (2024). The Influence of Career Adaptability and Job Satisfaction on Job Hopping Among Millennial Employees. *Jurnal Pemikiran Ilmiah Dan Pendidikan Administrasi Perkantoran*, 11(2), 242–248. <https://doi.org/10.71309/administrare.v11i2.4551>
- Attamimi, S. K., Hayati, K., & Karim, M. (2022). Pengaruh Kepuasan Kerja dan Keterikatan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan (The Effect of Job Satisfaction and Job Engagement on Employee Performance). *Reviu Akuntansi, Manajemen, Dan Bisnis*, 2(1), 67–77. <https://doi.org/10.35912/rambis.v2i1.1497>
- Aulia, N., Daud, I., & Marumpe, D. P. (2025). Exploring job hopping in Indonesian generation z : Grit , perceived organizational support , and job satisfaction. *Journal of Management Science*, 8(1), 199–207. <https://doi.org/10.35335/jmas.v8i1.591>
- Awalia, F., & Zulkarnaini, Z. (2025). Memahami Pola Perilaku Generasi Z di Era Digital. *Jurnal Teknologi Dan Sains Modern*, 2(1), 15–25. <https://doi.org/10.69930/jtsm.v2i1.251>
- Claristia, A., & Etikariena, A. (2024). Fenomena Job Hopping: Persepsi Dukungan Atasan, Komitmen Organisasi, dan Retensi Karyawan pada Karyawan Gen Z. *INSAN Jurnal Psikologi Dan Kesehatan Mental*, 9(2), 213–229. <https://doi.org/10.20473/jpkm.v9i22024.213-229>
- Edison, E., Anwar, Y., & Komariyah, I. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia: Strategi dan Perubahan dalam Rangka Meningkatkan Kinerja Pegawai dan Organisasi*. Alfabeta.
- Ema, A. (2024). Pelaksanaan Aplikasi SRN PPI dalam Pembinaan Kegiatan Program Kampung Iklim oleh Dinas Lingkungan Hidup dan Pertanahan Sumatera Selatan. *Jurnal Studi Pemerintahan dan Akuntabilitas*, 3(2), 93–112. doi:[10.35912/jastaka.v3i2.3174](https://doi.org/10.35912/jastaka.v3i2.3174)
- Fadhilah, I., & Ulviana, D. (2025). Pengaruh Kompensasi, Beban Kerja, dan Pengembangan Karir Terhadap Turnover Intention Karyawan Gen Z di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Journal of Humanities Education Management Accounting and Transportation*, 2(1), 543–551. <https://doi.org/10.57235/hemat.v2i1.5141>
- Fadhli, K., & Khusnia, M. (2021). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Produktivitas Kerja)*. Guepedia.

- Fitrianingrum, N., & Arifianto, C. F. (2024). Analisis Job Hopping Pada Karyawan Generasi Z di PT . Xxx. *Prosiding Senadika: Seminar Nasional Akademik*, 1(1), 942–953. <https://www.unars.ac.id/ojs/index.php/SENADIKA/article/view/5872>
- Gajda, J. (2024). Job hopping among Generation Z employees. *Scientific Papers of Silesian University of Technology Organization and Management Series*, 2024(199). <https://doi.org/10.29119/1641-3466.2024.199.12>
- Gulo, Y., & Ardiansyah, F. (2025). Job Satisfaction and Organizational Commitment: Mediating Factors Influencing Turnover Intention. *International Research Journal of Economics and Management Studies*, 4, 294–310. <https://doi.org/10.56472/25835238/IRJEMS-V4I1P129>
- Gustika, R., Firta, W., Suci Mantauf, C., Fahrozi, M., & Kurnia Sandi, D. (2021). The Phenomenon of Job Hopping Among Generation Z: An Exploration Through Grounded Theory. *Jurnal Sosial Dan Ekonomi*, 3(2)(1), 123–138. <https://doi.org/10.54783/jser.v6i2.707>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis (7th ed.)*. Pearson Education Limited.
- Hernawan, B. D., & Srimulyani, V. A. (2021). Dampak Kompensasi terhadap Retensi Karyawan dengan Kepuasan Kerja sebagai Pemediasi (Impact of Compensation on Employee Retention with Job Satisfaction as a Mediation). *Reviu Akuntansi, Manajemen, Dan Bisnis (Rambis)*, 1(2), 115–125. <https://doi.org/10.35912/rambis.v1i2.888>
- Humaira, S., Aprilia, D., & Mirza, K. (2024). Intensi Job Hopping Pada Generasi Y Dan Z (Job Hopping Intentions in Generations Y and Z). *Syiah Kuala Psychology Journal*, 2(1), 2024. <https://doi.org/10.24815/skjp.v2i1.29672>
- Indrati, I., Ardi, A., & Berlianto, M. P. (2025). Impact of Talent Management, Job Satisfaction, and Commitment on Employee Retention. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen*, 6(3), 827–846. <https://doi.org/10.35912/jakman.v6i3.4181>
- Kusuma, N., Septianna, A., & Ratnasari, S. (2024). Pengaruh Kepuasan Kerja Dan Pengembangan Karir Terhadap Job Hopping Intention Pada Karyawan Generasi Milenial Di Kota Palembang Pada Industri Makanan Ringan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 14(1), 89–97. <https://doi.org/10.35957/forbiswira.v14i1.7960>
- Larasati, A., & Aryanto, D. B. (2020). *Job-Hopping and the Determinant Factors*. 395(Acpch 2019), 54–56. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.200120.011>
- Malhotra. (2019). *Marketing Research An Applied Orientation*. Peaer.
- Malinda, V. A., & Kustini, K. (2021). Pengaruh Kepuasan Kerja Terhadap Turnover Intention Dengan Komitmen Organisasi Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Muqoddimah: Jurnal Ilmu Sosial, Politik, Dan Humaniora*, 6(1), 11–18. <https://doi.org/10.31604/jim.v6i1.2022.11-18>
- Maulidah, K., Ali, S., & Pangestuti, D. C. (2022). Pengaruh Beban Kerja dan Kepuasan Kerja terhadap Turnover Intention Karyawan RSU “ABC” Jakarta Selatan (The Effect of Workload and Job Satisfaction on Employee Turnover Intention at ABC General Hospital South Jakarta). *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen*, 3(2), 159–176. <https://doi.org/10.35912/jakman.v3i2.611>
- Miswanto, M., & Hermawan, W. A. (2020). Effect of Compensation on Productivity and the Mediating Role of Competence on the Effect of Employee Training on Productivity. *International Journal of Psychosocial Rehabilitation*, 24(06), 10939–10947.
- Nurqamar, I. F., Ulfa, S., Hafizhah, I., Fadhilah, N., & Rahmi, N. (2022). The Intention of Generation Z To Apply For a Job. *JBMI (Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Informatika)*, 18(3), 218–247. <https://doi.org/10.26487/jbmi.v18i3.16493>
- Oktaviani, M., Yuswanto, Y., & Deviani, E. (2024). Implementation of Talent Pool System to Realize Professionalism Performance State Civil Apparatus. *Jurnal Studi Pemerintahan dan Akuntabilitas*, 3(2), 83-92. doi:[10.35912/jastaka.v3i2.3014](https://doi.org/10.35912/jastaka.v3i2.3014)
- Prakoso, A., & Budiono, A. (2025). Understanding Employee Turnover: Health, Safety, Work Environment, and Job Satisfaction Influence Commitment. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen*, 6(3), 815–826. <https://doi.org/10.35912/jakman.v6i3.4585>
- Pranaya, D. (2014). Job-hopping—an analytical review. *International Journal of Research in Business Management*, 2(4), 67–72.
- Pratama, G. (2020). Analisis Motivasi Kerja, Kepemimpinan Transformasional Dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Dimediasi Kepuasan Kerja Pada Angkatan Kerja Generasi Z. *Jurnal Ekonomi : Journal of Economic*, 11(2). <https://doi.org/10.47007/jeko.v11i2.3503>

- Saif, U., & Siddiqui, D. A. (2019a). Tangible rewards or intangible rewards - Which play most Significant Role in Increasing Job-Hopping Behavior in Generation Y Employees in Pakistan? *International Journal of Human Resource Studies*, 9(4), 275. <https://doi.org/10.5296/ijhrs.v9i4.15685>
- Saif, U., & Siddiqui, D. A. (2019b). Tangible Rewards or Intangible Rewards - Which Play Most Significant Role in Increasing Job-Hopping Behavior in Generation Y Employees in Pakistan? *International Journal of Human Resource Studies*, 9(4), 275. <https://doi.org/10.5296/ijhrs.v9i4.15685>
- Sanlia, V., & Turangan, J. A. (2023). Organizational Culture, Work Environment, and Self-Efficacy To Gen Z'S Job Satisfaction. *International Journal of Application on Economics and Business*, 1(4), 2207–2215. <https://doi.org/10.24912/ijaeb.v1i4.2207-2215>
- Siti Fatimah, D. A., & Kasmawati, Y. (2025). The Effect Of Perceived Organizational Support And Compensation On Turnover Intention With Job Satisfaction As A Mediating Variable (Study on Gen Z Employees at PT XYZ). *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 11(1), 28. <https://doi.org/10.22441/jimb.v11i1.32178>
- Sudaryanto, S., Subagio, A., Anifatul, H., & Whidya, U. (2024). *Consumer Behavior Gen Z*. Penerbit Universitas Ciputra.
- Syarif, A. (2025). Why Nurses Excel: The Role of Work Environment and Motivation. *Jurnal Studi Pemerintahan dan Akuntabilitas*, 4(2), 121-131. doi:10.35912/jastaka.v4i2.5228
- Szczepanek, A. (2023). 83% of Generation Z Workers Are Job Hoppers (2023 Report). <https://resumelab.com/career-advice/generation-z-and-work>
- Utami, A. F., Ihwanul Shalihah, G., & Pudiawan Erhan, T. (2025). Why Millennials Job Hop: Navigating Pay, Culture, and Growth. *Binus Business Review*, 16(2), 127–135. <https://doi.org/10.21512/bbr.v16i2.12616>
- Wakhinuddin. (2020). Perkembangan Karir Konsep dan Implikasinya. In *Padang*. UNP Press. https://www.google.co.id/books/edition/Perkembangan_Karir_Konsep_Dan_Implikasin/fZQQEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=pengembangan+karir+mahasiswa&pg=PA3&printsec=frontcover
- Weng, Q. D. (2018). Manual of the Organizational Career Growth Scale. *Journal of Vocational Behaviour*, February, 2–4. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.17831.85922>
- Winarno, W. W. (2017). *Paradigma dan Metode Penelitian*. Pustaka Baru Press.
- Yanadori, Y. (2014). Compensation and benefits in the global organization. In *The Routledge companion to international human resource management* (pp. 190–209). Routledge.
- Yuen, S. H. (2016). Examining the generation effects on job-hopping intention by applying the Theory of Planned Behavior (TPB). *Jurnal of Planned Behavior*, 10(2), 1–115.