

## INTISARI

Isu mengenai tingginya tingkat *turnover* karyawan menjadi perhatian khusus dari para pelaku bisnis terutama untuk karyawan yang tergolong Generasi Z. Sebuah perusahaan akan berusaha untuk menarik dan mempertahankan *talent* terbaiknya agar tetap menjadi bagian dari perusahaan. Berbagai hal dilakukan perusahaan agar dapat memiliki *talent* yang baik pada perusahaan mereka.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Retensi Karyawan dengan Identifikasi Organisasional sebagai variabel pemediasi. Populasi dalam penelitian ini adalah para Generasi Z yang bekerja pada perusahaan yang menerapkan CSR. Sampel ditentukan dengan metode *purposive sampling* dengan jumlah responden sebanyak 202. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner dalam bentuk *Google Form* dan di sebarakan kepada responden yang memenuhi kriteria. Teknik analisis data menggunakan SEM-PLS dalam versi pengolahan program *SmartPLS*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR memiliki pengaruh terhadap Retensi Karyawan secara langsung maupun melalui Identifikasi Organisasional. Sehingga Identifikasi Organisasional memediasi hubungan CSR dan Retensi Karyawan secara parsial.

**Kata Kunci :** *Turnover*, *Corporate Social Responsibility* (CSR), Retensi Karyawan, Identifikasi Organisasional

## ABSTRACT

*The issue of the high level of employee turnover has become a special concern for business people, especially for employees belonging to Z Generation. A company will try to attract and retain its best talents so that they remain part of the company. Various things are done by companies in order to have good talent in their companies.*

*This study aims to test and analyze the Effect of Corporate Social Responsibility (CSR) Perception on Employee Retention with Organizational Identification as a mediating variable. The population in this study are Z Generation who work for companies that implement CSR. The sample was determined by purposive sampling method with the number of respondents as many as 202. The data was collected by distributing questionnaires in the form of Google Form and distributed to respondents who met criteria. The data analysis technique uses SEM-PLS in the processing version of the SmartPLS program.*

*The results show that CSR has an influence on Employee Retention directly or through Organizational Identification. So that Organizational Identification partially mediates the relationship between CSR and Employee Retention.*

**Keywords:** *Turnover, Corporate Social Responsibility (CSR), Employee Retention, Organizational Identification*