

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
INTISARI.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Manfaat Penelitian.....	9
1.6 Lingkup Penelitian.....	9
1.6.1 Batasan Model Penelitian.....	9
1.6.2 Batasan Objek Penelitian.....	10
1.6.3 Batasan Lokasi Penelitian.....	10
1.6.4 Batasan Waktu Penelitian.....	10
BAB II LANDASAN TEORI DAN TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 Teori Perilaku yang Direncanakan.....	11
2.1.2 Generasi Z.....	14
2.1.3 <i>Empowering Leadership</i>	15
2.1.4 <i>Turnover Intention</i>	17
2.1.5 Komitmen Afektif.....	19
2.2 Tinjauan Pustaka dan Hipotesis.....	20
2.2.1 Kajian Penelitian Terdahulu.....	20
2.2.2 Pengembangan Hipotesis.....	24
2.2.3 Model Penelitian.....	26

BAB III METODE PENELITIAN.....	27
3.1 Desain Penelitian.....	27
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	28
3.2.1 <i>Empowering Leadership</i>	28
3.2.2 <i>Turnover Intention</i>	30
3.2.3 Komitmen Afektif.....	31
3.3 Populasi dan Sampel.....	33
3.3.1 Metode Pengambilan Sampel.....	33
3.3.2 Populasi.....	33
3.3.3 Unit Sampel.....	33
3.3.4 Ukuran Sampel.....	35
3.4 Instrumen Penelitian.....	35
3.5 Pengujian Instrumen Penelitian.....	37
3.5.1 Pengujian Validitas.....	37
3.5.2 Pengujian Reliabilitas.....	38
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.7 Teknik Analisis Data.....	40
3.7.1 Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	41
3.7.2 Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	43
4.1 Deskripsi Data Responden.....	43
4.2 Statistik Deskriptif.....	47
4.3 Hasil Analisis Model Pengukuran.....	49
4.3.1 Uji Validitas.....	49
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	56
4.4 Hasil Analisis Model Struktural.....	57
4.4.1 Koefisien Determinasi (<i>R Square</i>).....	57
4.4.2 <i>Effect Size (F square)</i>	58
4.5 Pengujian Hipotesis.....	59
4.6 Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis.....	64
4.6.1 Pengaruh Persepsi <i>Empowering Leadership</i> terhadap <i>Turnover Intention</i> (H1).....	64
4.6.2 Peran Mediasi Komitmen Afektif (H2).....	66

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	71
5.1 Kesimpulan.....	71
5.2 Implikasi Teoritis.....	72
5.3 Implikasi Praktis.....	73
5.4 Keterbatasan Penelitian.....	76
5.5 Arahan Penelitian Mendatang.....	77
DAFTAR PUSTAKA.....	79