

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PEMBIMBING .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xii</b>
<b>INTISARI.....</b>	<b>xiii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	8
1.3. Pertanyaan Penelitian.....	10
1.4. Tujuan Penelitian.....	10
1.5. Manfaat Penelitian .....	11
1.6. Ruang Lingkup Penelitian.....	11
1.7. Sistematika Penulisan .....	12
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>13</b>
2.1. Landasan Teori .....	13
2.1.1. Spiritualitas Tempat Kerja ( <i>STK</i> ) .....	13
2.1.2. Intensi <i>Turnover</i> ( <i>Turnover Intention</i> ).....	25
2.1.3. Generasi Milenial .....	30
2.2. Kajian Penelitian Terdahulu.....	32
2.3. Perumusan Hipotesis.....	34
2.3.1. Hubungan <i>Alignment with Organizational Values</i> (AOV) dengan Intensi <i>Turnover</i> Karyawan Milenial .....	34
2.3.2. Hubungan <i>Meaningful in Work</i> (MIW) pada Intensi <i>Turnover</i> Karyawan Milenial .....	36
2.3.3. Hubungan <i>Sense of Community</i> (SC) dengan Intensi <i>Turnover</i> Karyawan Milenial .....	37
2.4. Model Penelitian.....	39
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>40</b>
3.1. Desain Penelitian .....	40
3.2. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	41
3.3. Populasi dan Sampel.....	42
3.4. Sumber Data .....	44
3.4.1. Data Primer .....	44

3.4.2. Data Sekunder .....	44
3.5. Metode Pengumpulan Data .....	44
3.6. Metode Analisis Data.....	44
3.7. Instrumen Model Pengukuran .....	45
3.7.1. Uji Validitas .....	45
3.7.2. Uji Reliabilitas.....	46
3.8. Pengujian Model Penelitian .....	47
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>49</b>
4.1. Hasil Pengumpulan Data.....	49
4.2. Profil Responden .....	50
4.3. Hasil Uji Instrumen Model Pengukuran .....	52
4.3.1. Hasil Uji Validitas .....	52
4.3.2. Hasil Uji Reliabilitas.....	56
4.3.3. Statistik Deskriptif.....	57
4.4. Hasil Pengujian Model Penelitian .....	59
4.4.1. Pengujian Hipotesis 1 .....	60
4.4.2. Pengujian Hipotesis 2 .....	61
4.4.3. Pengujian Hipotesis 3 .....	61
4.5. Pembahasan .....	62
4.5.1. Pengaruh <i>Alignment with Organizational Values</i> terhadap Intensi <i>Turnover</i> .....	63
4.5.2. Pengaruh <i>Meaningful in Work</i> terhadap Intensi <i>Turnover</i> .....	67
4.5.3. Pengaruh <i>Sense of Community</i> terhadap Intensi <i>Turnover</i> .....	69
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>73</b>
5.1. Simpulan .....	73
5.2. Implikasi.....	75
5.2.1. Implikasi Praktis.....	75
5.2.2. Implikasi Teoretis.....	76
5.3. Keterbatasan Penelitian.....	77
5.4. Saran .....	78
5.4.1. Bagi Manajemen Perusahaan .....	78
5.4.2. Bagi Penelitian Selanjutnya .....	79
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>82</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>92</b>
Lampiran 1. Item Pernyataan.....	92
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian.....	95
Lampiran 3. Hasil Uji Validitas .....	100
Lampiran 4. Hasil Uji Reliabilitas .....	101