

# PENGARUH CORPORATE ETHICAL VALUES DAN JOB SATISFACTION TERHADAP TURNOVER INTENTION PEGAWAI DI WILAYAH DKI JAKARTA

Artria Safitri Bakhtiar (20121111022)

## ABSTRACT

*Turnover intention is one of the most important factors in a company. Companies should be able to reduce the number Turnover Intention that the stability of the quality of products that the company could have well preserved. According to Valentine (2011), there are several factors influencing that, Coporate Ethical Values and Job Satisfaction.*

*This study focuses on the search form to the second confirmatory factors. This study started from January 2016 to August 2016. The method used in this research is descriptive analysis, Validity Test, Test The reliability and suitability of the Model, as well as the data were processed using SPSS 21 and AMOS 22.*

*These results indicate that the Corporate Ethical Values does not have a significant effect on Turnover Intention either directly or indirectly. The only variable affecting Job Satisfaction Turnover Intention negatively. Hasi The implications to management, practitioners, and academics is the need to consider policies related to Job Satisfaction level employees in suppressing the number Turnover Intention.*

**Keywords:** *Turnover Intention, DKI Jakarta, Corporate Ethical Values, Job Satisfaction*

## 1. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Pada suatu perusahaan atau organisasi, sumber daya manusia adalah sumber daya yang sangat penting dalam menjaga keberlangsungan operasional perusahaan tersebut. Sumber daya manusia sangat berkaitan tingkat efisiensi dan efektifitas produktifitas sebuah perusahaan. Terlebih lagi sumber daya manusia merupakan faktor inti yang mempengaruhi kualitas dari suatu produk yang dihasilkan perusahaan tersebut. Oleh karena itu, jika ingin memiliki kualitas produk yang baik, maka harus memiliki sumber daya manusia yang berkualitas. Hal ini bisa dijadikan sebagai nilai tambah bagi perusahaan dalam mempertahankan bisnis yang kompetitif. Peneliti telah mencoba melakukan survey kepada 105 responden dan menghasilkan 27% dari reponden memiliki keinginan untuk pindah atau *turnover intention* dari perusahaan yang tempat dia bekerja saat ini. Berdasarkan 27% tersebut, 46.43% menyatakan tidak cocok dengan nilai- nilai etika perusahaan atau *corporate ethical values* yang ada pada perusahaan tempat dia bekerja saat ini. Selanjutnya hasil survey juga menunjukkan dari 27% tersebut, sebagian besar responden yang tidak puas dengan pekerjaannya dipengaruhi oleh faktor gaji yang tidak sesuai dengan pekerjaannya.

Menurut Valentine dkk, perusahaan harus bisa memaksimalkan elemenelemen kontekstual perusahaan yang diharapkan mampu memberikan tanggapan tanggapan positif dari para pegawai, dan salah satu elemen kontekstual tersebut adalah *corporate ethical values* serta tanggapan tersebut berupa *job satisfaction* dan *turnover intention* (2011). Secara praktek, etika bisa menjadi sebuah alat yang kuat untuk meningkatkan sebuah organisasi, terutama ketika menggunakan pendekatan yang berbeda demi membuat budaya kerja yang etis bagi pegawai. Bahkan, kode etik, pelatihan etika, pengaruh manajemen atau setingkat, dan peningkatan komunikasi dapat memperkuat komitmen kepada praktek bisnis yang beretika baik secara individu maupun organisasi (Kaptein, 2009). Salah satu tujuan utama mengembangkan konteks yang beretika adalah meningkatkan nilai etika yang ada pada pegawai, bila hal ini ditanggapi secara positif oleh pegawai, perusahaan akan semakin sering mendapatkan manfaat- manfaat tambahan.

## 1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah *corporate ethical values* berpengaruh positif terhadap *job satisfaction*?
2. Apakah *corporate ethical values* berpengaruh negatif terhadap *turnover intention* pegawai?
3. Apakah *job satisfaction* berpengaruh negatif terhadap *turnover intention* pegawai?

## 2. LANDASAN TEORI

### 2.1 Corporate Ethical Values

Pada tahun 2008, Amyx dkk mengatakan bahwa konsep *corporate ethical values* berasal dari sejauh mana pegawai merasakan hal-hal berikut dalam perusahaan: (1) manajer bertingkah etis, (2) manajemen puncak memperhatikan isu tentang etika, dan (3) perilaku etis / tidak etis akan dihargai/dihukum. Secara umum, *corporate ethical values* dianggap sebagai sesuatu yang mewakili persepsi pegawai tentang etika manajer dan perusahaan. Bila ditarik jauh mundur kebelakang, konsep *corporate ethical values* telah dirumuskan berdasarkan penjelasan tentang budaya perusahaan (Hunt dkk, 1989). Menurut Hunt dkk, budaya perusahaan terdiri dari asumsi, kepercayaan, tujuan, pengetahuan, dan nilai yang dibagi bersama anggota organisasi. Meskipun nilai hanya salah satu dimensi dari budaya perusahaan, tetapi hal itu sangat berpengaruh dalam mengarahkan perilaku seseorang dalam masyarakat pada umumnya dan organisasi pada khususnya. Selanjutnya *corporate ethical values* diarahkan sebagai pendekatan organisasi untuk mengambil suatu tindakan terkait dengan kelompok pemegang kepentingan (*stakeholders*) termasuk pelanggan, pesaing, mitra saluran, pegawai, dan masyarakat pada umumnya (Hunt dkk, 1989).

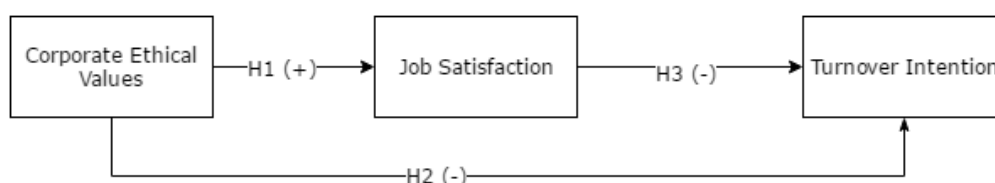
### 2.2 Job Satisfaction

*Job satisfaction* berkaitan dengan sikap positif dan kepercayaan terhadap beberapa aspek pekerjaan atau profesi (Elci dkk, 2007). Dengan kata lain, *job satisfaction* adalah sebuah status emosional positif yang berasal dari penilaian seorang pegawai terhadap situasi kerja yang mereka alami (Elci dkk, 2007). Organisasi yang pegawainya mendapatkan kepuasan di tempat kerja maka cenderung lebih efektif daripada organisasi yang pegawainya kurang mendapat *job satisfaction* (Robbins S., 2001).

### 2.3 Turnover Intention

Dalam perusahaan, definisi *turnover intention* seringkali disebut juga dengan *intention to quit* atau *withdrawal intentions*. Pada dasarnya kedua istilah tersebut sama saja artinya, yaitu salah satu tindakan destruktif aktif berupa *exit (turnover/quit)* yang dilakukan pegawai untuk menggambarkan ketidakpuasan dalam pekerjaan mereka. Perilaku ini mencakup pencarian suatu posisi baru di luar organisasi maupun meminta untuk berhenti (Robbins S. , 2001). Sedangkan menurut Elci dkk, (2007) *turnover intention* adalah kemungkinan bahwa seseorang akan meninggalkan pekerjaannya di masa datang. Mathis & Jackson (2001) mendefinisikan *turnover* sebagai suatu proses ketika tenaga kerja meninggalkan organisasi dan harus ada yang menggantikannya. *Turnover* yang tinggi menimbulkan biaya yang tinggi. Kenaikan biaya ini diakibatkan produktivitas yang hilang, waktu pelatihan dan waktu pemilihan tenaga kerja baru yang bertambah, hilangnya efisiensi kerja dan biaya tidak langsung lainnya.

### 2.4 Model Penelitian



Sumber: (Valentine, dkk, 2011)

## 2.5 Pengembangan Hipotesis

### 2.5.1 *Corporate Ethical Values* Berpengaruh Positif terhadap *Job Satisfaction* dan Berpengaruh Negatif terhadap *Turnover Intention*

Sims & Keon (1997) meneliti bahwa *corporate ethical values* berhubungan positif dengan *job satisfaction* dan memiliki hubungan negatif dengan *turnover intention*. Selain itu Schwepker (2001) juga mendukung pernyataan tersebut dengan pendapat bahwa iklim etika perusahaan yang baik (dilihat dari persepsi pegawai mengenai praktek, prosedur, norma-norma dan nilai yang berkaitan dengan etika pada perusahaan yang menjadi pedoman dalam menentukan perilaku pegawai) berpengaruh positif pada *job satisfaction* dan berpengaruh negatif pada *turnover intention* pegawainya. Seperti dalam konteks penelitian ini, ketika perusahaan menerapkan kode etik atau memperlakukan budaya etik yang baik, akan berpengaruh kepada *job satisfaction* pegawai. Karena pekerjaan yang dilakukan pegawai akan lebih merasa dihargai. Hal ini bisa berpengaruh pada *turnover intention* pegawai yang juga akan berkurang sejalan dengan meningkatnya *job satisfaction* pegawai. Oleh karena itu, penelitian ini mengusulkan bahwa:

**Hypothesis H<sub>1</sub>: *Corporate Ethical Values* berpengaruh positif pada *Job Satisfaction***

**Hypothesis H<sub>2</sub>: *Corporate Ethical Values* berpengaruh negatif pada *Turnover Intention***

### 2.5.2 *Job Satisfaction* Berpengaruh Negatif terhadap *Turnover Intention*

Relasi antara *job satisfaction* dan *turnover intention* sering kali dievaluasi oleh organisasi, dan hasilnya secara umum menunjukkan bahwa hasil *job satisfaction* mengurangi *intention to quit* (Hom & Griffeth, 1995). Selanjutnya meta analisis yang dilakukan oleh Tett dan Meyer (1993) menunjukkan bahwa *job satisfaction* berhubungan negatif dengan *turnover intention*. Jaramillo dkk, (2006) menyimpulkan bahwa *job satisfaction* berhubungan dengan penurunan *intention to leave* perusahaan. Seperti dalam konteks penelitian ini, bila pegawai merasa puas dengan hasil kerjanya, akan mengurangi *turnover intention* pegawai tersebut. Oleh karena itu penelitian ini mengusulkan bahwa:

**Hypothesis H<sub>3</sub>: *Job Satisfaction* berpengaruh negatif pada *Turnover Intention***

## 3. METODOLOGI PENELITIAN

### 3.1 Objek Penelitian

Jumlah tenaga kerja di Indonesia mencapai angka 114.8 juta dan 4.57 juta bekerja di wilayah DKI Jakarta (Indonesia Investments, 2016). Peneliti telah melakukan observasi terkait jumlah pegawai di 100 perusahaan yang ada di DKI Jakarta. Mayoritas perusahaan tersebut memiliki 201 -500 pegawai. Bila dibandingkan dengan survey yang dilakukan oleh peneliti terdapat sekitar 27% dari 105 responden memiliki keinginan untuk pindah. Bila hasil survey ini diproyeksikan dengan mayoritas jumlah pegawai dalam satu perusahaan di Jakarta, maka terdapat 54-135 pegawai yang memiliki keinginan untuk pindah dalam satu perusahaan. Untuk itu peneliti tertarik menjadikan wilayah DKI Jakarta sebagai objek penelitian.

### 3.2 Desain Penelitian

Tipe penelitian ini merupakan penelitian deskriptif. Penelitian ini juga bisa dikategorikan sebagai penelitian *confirmatory* yang bermaksud untuk menguji model yang telah diuji sebelumnya oleh Valentine dkk (2011). Penelitian ini menggunakan metode penelitian *Cross sectional design* yang diambil satu kali dalam satu periode dan juga penelitian ini menggunakan *survey sample* sebagai teknik pengumpulan data (Maholtra, 2009).

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data *Structural Equation Model* (SEM), *sample* yang sesuai adalah antara 100-200 responden untuk mendapatkan hasil yang valid (Hair, dkk, 2010). Jumlah responden yang berhasil dikumpulkan oleh peneliti mencapai 105 responden dan

angka tersebut memenuhi kriteria *sample*. Karena batas minimum 100 *sample* dan memenuhi ratio perkalian dengan variabel *measurement* yang menghasilkan angka 104.

### 3.3 Metode Pengambilan Sampel

Pengumpulan data diperoleh melalui beberapa cara antara lain:

#### 1. Metode Kuesioner

Kuesioner mengenai *corporate ethical values*, *job satisfaction*, dan *turnover intention* diberikan kepada responden. Kuesioner akan disebarakan melalui internet kepada para pegawai yang bekerja di wilayah DKI Jakarta.

#### 2. Metode Studi Pustaka

Metode ini dilakukan dengan membaca literatur/buku-buku yang berhubungan dengan penelitian yang sedang dilakukan dengan informasi tambahan yang berkaitan dengan pegawai di wilayah DKI Jakarta.

### 3.4 Variabel dan Operasional Variabel

Adapun variabel-variabel yang digunakan pada penelitian ini terbagi dua yaitu, variabel bebas (*independent variable*) adalah *Corporate Ethical Values* (CEV) dan *Job Satisfaction* (JS) serta variabel terikat (*dependent variable*) adalah *Turnover Intention* (TI). Pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat akan dicari menggunakan alat ukur pada tabel 3.1 dengan skala *likert scale* (1-5)

**Tabel 3.1** Tabel Operasionalisasi Variabel

Variabel	Definisi	Alat Ukur	Skala Pengukuran
<i>Corporate Ethical Values</i> (CEV)	Sejauh mana suatu organisasi bisa menilai keyakinan individu tentang praktek etika umum organisasi.  (Hunt dkk, 1989)	CEV1: Manajer dalam perusahaan ini sering melakukan perilaku yang menurut saya tidak etis (R)  CEV2: Untuk sukses dalam perusahaan ini, terkadang tidak perlu memperdulikan etika (R)  CEV3: Manajemen perusahaan ini tidak akan membiarkan terjadinya perilaku tidak etis  CEV 4: Jika seorang manajer d alam perusahaan ini melakukan perbuatan tidak etis untuk memperkaya <b>diri sendiri</b> , dia akan segera ditindak tegas oleh perusahaan	Likert Scale 1-5

Variabel	Definisi	Alat Ukur	Skala Pengukuran
		<p>CEV5: Jika seorang manajer dalam perusahaan ini terlibat dalam perbuatan tidak etis untuk memperkaya <b>perusahaan</b>, dia akan segera ditindak tegas oleh perusahaan</p> <p>(Hunt dkk, 1989)</p>	
<i>Job Satisfaction</i> (JS)	<p>Sejauh mana perasaan seseorang terhadap pekerjaannya.</p> <p>(Wexley &amp; Yukl, 1977)</p>	<p>JS1: Secara umum, saya tidak suka pekerjaan saya (R)</p> <p>JS2: Secara garis besar, saya puas dengan pekerjaan saya</p> <p>JS3: Secara umum, saya suka bekerja di sini</p> <p>(Cammann, dkk, 1983)</p> <p>JS4: Saya merasa bahagia dengan pekerjaan saya</p> <p>(Schmidt, 2008)</p>	Likert Scale 1-5
<i>Turnover Intention</i> (TI)	<p>Sejauh mana pegawai mencari suatu posisi baru di luar organisasi maupun meminta untuk berhenti</p> <p>(Robbins S. , 2001)</p>	<p>TI1: Saya berpikir untuk meninggalkan perusahaan ini</p> <p>TI2: Saya berencana untuk mencari pekerjaan baru</p> <p>TI3: Saya bermaksud untuk bertanya kepada orang-orang mengenai peluang pekerjaan baru</p> <p>TI4: Dalam waktu dekat, saya berencana untuk pindah dari perusahaan ini</p> <p>(Bushra, 2012)</p>	Likert Scale 1-5

### 3.5 Teknik Pengolahan dan Analisis Data

#### 1. Analisis Deskriptif

Dalam penelitian ini analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis profil responden dan tanggapan responden terhadap setiap item pertanyaan yang mengkaji mengenai pengaruh *corporate ethical values* dan *job satisfaction* terhadap *turnover intention* pada wilayah DKI Jakarta.

#### 2. Uji Validitas

Uji validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *Factor Analysis*. Peneliti menguji validitas dengan bantuan paket perangkat lunak program Amos untuk Windows versi 22. Penelitian ini menggunakan pedoman *factor loading*  $\geq 0,50$  sesuai dengan *rules of thumb* yang dipakai para peneliti.

#### 3. Uji Reabilitas

Dalam penelitian ini uji reliabilitas dilakukan menggunakan metode Cronbach's Alpha dengan menggunakan bantuan program SPSS for Windows versi 21.

### 3.6 Uji Kecocokan Model (*Goodness of Fit*)

Menurut Bollen pada artikel yang ditulis Hendry (2016) *goodness of fit* memiliki tiga penjelasan, yaitu:

1. Petunjuk terbaik dalam menilai kecocokan model adalah teori substansif yang kuat.
2. Uji statistik *Chi-Square* seharusnya bukan satu-satunya dasar untuk menentukan kecocokan data dengan model.
3. Tidak satupun dari ukuran-ukuran *Goodness of Fit* secara eksklusif dapat digunakan sebagai dasar evaluasi kecocokan keseluruhan model.

### 3.7 Ukuran Kecocokan Absolut

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ginanti Ida Pola (2012) menggunakan beberapa ukuran untuk mengevaluasi SEM, antara lain:

1. *Chi Square (X<sup>2</sup>)*  
Uji *Chi-Square* dilakukan untuk menguji seberapa dekat kecocokan antara matrik kovarian sampel dengan matrik kovarian model.
2. *Goodness of Fit Index (GFI)*  
Skala besar nilai GFI berkisar antara 0 (*poor fit*) sampai 1 (*perfect fit*).  
Kriteria kecocokan yang baik (*good fit*) pada GFI harus memiliki nilai  $\geq 0.90$ . Nilai GFI yang berada antara angka 0.80 dan 0.90 sering disebut *marginal fit*.
3. *Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI)*  
AGFI merupakan perluasan dari GFI yang disesuaikan dengan rasio antara *degree of freedom* dari *null/ independence/baseline model* dengan *degree of freedom* dari model yang dihipotesiskan atau diestimasi (Pola, 2012). AGFI juga memiliki kriteria penilaian yang sama seperti GFI.
4. *Tucker-Lewis Index/Non Normed Fit Index (TLI/NNFI)*  
Penilaian dengan metode TLI dilakukan sebagai sarana untuk mengevaluasi analisis faktor yang kemudian akan diperluas untuk SEM (Pola, 2012). TLI juga memiliki kriteria penilaian yang sama seperti GFI.
5. *Normed Fit Index (NFI)* dan *Comparative Fit Index (CFI)*  
Berdasarkan penjelasan pada penelitian Pola (2012), kriteria penilaian NFI dan CFI, masing-masing memiliki kriteria penilaian yang sama seperti GFI.

6. *Root Mean Square Error of Approximation* (RMSEA)

Brown dan Cudek pada penelitian Pola (2012) menyatakan bahwa nilai  $RMSEA \leq 0.05$  menandakan *close fit*, sedangkan  $0.05 < RMSEA \leq 0.08$  menunjukkan *good fit*.

**3.8 Uji Kecocokan Model Struktural**

Penelitian juga menganalisis tingkat signifikansi koefisien-koefisien yang telah diestimasi terhadap model struktural. Hubungan antara koefisien atau variabel dikatakan signifikan apabila nilai parameter estimasi kedua konstruk memiliki nilai C.R lebih besar atau sama dengan  $\pm 1.96$  dan jika nilai C.R lebih kecil dari 1.96 maka memiliki hubungan kausalitas yang lemah (Suryanto, dkk, 2002).

**4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

**4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Data**

1. Uji Validitas Data

**Tabel 4.1** Hasil *Confirmatory Factor Analysis*

Variabel	Indikator	<i>Standardized Regression Weights</i>
<i>Corporate Ethical Value</i>	CEV1	-0.604
	CEV2	-0.704
	CEV3	0.718
	CEV4	0.716
	CEV5	0.610
<i>Job Satisfaction</i>	JS1	-0.807
	JS2	0.784
	JS3	0.904
	JS4	0.675
<i>Turnover Intention</i>	IT1	0.739
	IT2	0.749
	IT3	0.503
	IT4	0.744

Berdasarkan pada hasil CFA pada tabel diatas, terlihat bahwa nilai *Standardized Regression Weight* pada beberapa indikator memiliki nilai *factor loading*  $\leq 0.50$ , sehingga dinyatakan tidak valid. Adapun beberapa indikator yang perlu dihapus adalah CEV1, CEV2 dan JS1. Hasil perhitungan *factor loading* dapat dilihat pada tabel 4.2 berikut. Dengan demikian secara keseluruhan hasil-hasil tersebut validitasnya dapat diterima dan dapat mengukur konstraknya.

**Tabel 4.2** Hasil *Confirmatory Factor Analysis* Setelah *Drop* Indikator

Variabel	Indikator	<i>Standardized Regression Weights</i>
<i>Corporate Ethical Value</i>	CEV3	0.718
	CEV4	0.716
	CEV5	0.610
<i>Job Satisfaction</i>	JS2	0.784
	JS3	0.904
	JS4	0.675
<i>Turnover Intention</i>	IT1	0.739
	IT2	0.749
	IT3	0.503
	IT4	0.744

## 2. Uji Reliabilitas Data

**Tabel 4.3 Uji Reliabilitas**

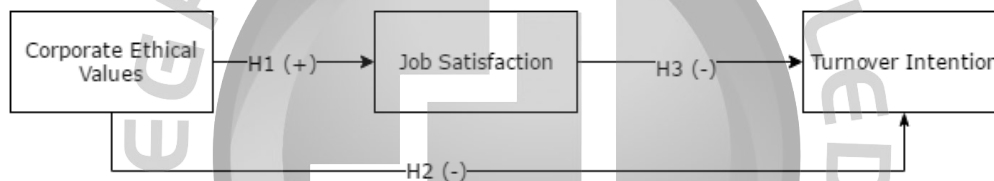
Variabel	Alpha Cronbach	Keputusan
Corporate Ethical Value	0.802	Reliabel
Job Satisfaction	0.870	Reliabel
Turnover Intention	0.741	Reliabel

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel diatas, dapat dijelaskan bahwa semua konstruk/variabel yang diukur memiliki nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0.60 sehingga dapat dikatakan bahwa reliabilitas untuk masing-masing indikator tersebut dapat diterima atau reliabel.

### 4.2 Hasil Analisis Data

Data yang terkumpul kemudian diolah dengan menggunakan teknik analisis jalur atau *Path Analysis* yang terdiri dari:

1. Pengembangan model berbasis teori.  
Berdasarkan telaah pustaka telah diuraikan dalam Bab II, dikembangkan model penelitian sebagaimana yang tersaji dalam gambar 3.1
2. Pengembangan Diagram Alur  
Setelah model berbasis teori dikembangkan, model disajikan dalam sebuah diagram alur.



**Gambar 4.1 Diagram Alur Penelitian Empirik**

3. Konversi Diagram Alur ke Persamaan  
Setelah model teoritis dikembangkan dan digambarkan dalam sebuah diagram alur, maka model dikonversi dalam rangkaian persamaan.

$$TI = \beta CEV + e1$$

$$TI = \beta CEV + \beta JS + \beta CEV * \beta JS + e2$$

Dimana :

TI = *Turnover Intention*

CEV = *Corporate Ethical Values*

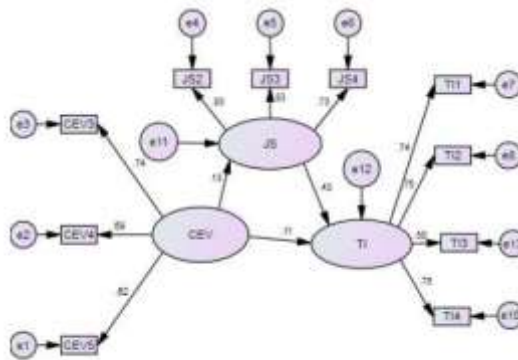
JS = *Job Satisfaction*

e = *error*

4. Estimasi Model

Estimasi dapat dilakukan dengan menggunakan program AMOS yang tersedia dengan default model yang digunakan adalah *maximum likelihood*. Hasil pengolahan AMOS dapat dilihat pada gambar 4.2.





**Gambar 4.2** Estimasi *Goodness-of-Fit*

Hasil kesesuaian dalam penelitian, diperoleh tingkat signifikansi untuk uji perbedaan adalah *Chi-Square* sebesar 29.106 dan probabilitas sebesar 0.614 yang berada di atas batas signifikansi. Pengujian juga dilakukan dengan dua macam pengujian yaitu:

1. Analisis atas kesesuaian model (*Goodness-of-fit*)

Berdasarkan komputasi AMOS 22 untuk model persamaan structural yang diajukan dihasilkan perhitungan *criteria goodness of fit* dari model yang diestimasi yang disajikan dalam tabel berikut:

**Tabel 4.4** Evaluasi Kriteria *Goodness of Fit Indices Model* yang Diajukan

No	Kriteria	Nilai Kritis	Hasil Model ini	Evaluasi
1.	<i>Chi-Square</i> ( $X^2$ )	$X^2$ dengan df: 3	29.106	Kurang Baik
2.	$X^2$ <i>Significance probability</i>	$\geq 0.05$	0.614	Baik
3.	Relative $X^2$ (CMIN/DF)	$\leq 2.00$	0.910	Baik
4.	GFI	$\geq 0.90$	0.948	Baik
5.	AGFI	$\geq 0.80$	0.910	Baik
6.	TLI	$\geq 0.90$	1.013	Baik
7.	NFI	$\geq 0.90$	0.917	Baik
8.	CFI	$\geq 0.90$	1.000	Baik
9.	RMSEA	$\geq 0.08$	0.000	Baik

Hasil analisis pengolahan data terlihat bahwa tidak semua konstruk yang digunakan untuk membentuk sebuah model penelitian, pada proses analisis *full model* SEM memenuhi kriteria *goodness of fit* yang telah ditetapkan. Ukuran *goodness of fit* yang menunjukkan kondisi yang kurang fit disebabkan oleh angka *Chisquare* sebesar 29.106 yang lebih besar dari *cut-off value* yang ditetapkan (7.81) dengan nilai *probability* 0,614 atau diatas 0,05 nilai ini menunjukkan tidak adanya perbedaan antara matriks kovarian sample dengan matriks kovarian populasi yang diestimasi, sehingga hipotesis nol tidak dapat ditolak dan model dapat diterima.

Ukuran *goodness of fit* lain menunjukkan pada kondisi yang baik yaitu CMIN/DF (0.910), GFI (0.948), AGFI (0.910), TLI (1.01 3); NFI (0.917), CFI (1.000) dan RMSEA (0.000) memenuhi kriteria *goodness of fit*.

2. Analisis atas koefisien jalur (*path coefficients*)

Analisis atas koefisien jalur (*path coefficients*) dianalisis melalui signifikansi besaran *regression weight* dari model seperti yang disajikan di bawah ini:

**Tabel 4.5** Analisis Atas Koefisien Jalur *Regression Weights:*  
(Group number 1 - Default model)

			Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
JS	<---	CEV	.147	.142	1.034	.310	
TI	<---	JS	.321	.091	3.526	***	
TI	<---	CEV	.096	.102	.947	.344	
CEV5	<---	CEV	1.000				
CEV4	<---	CEV	1.191	.255	4.665	***	
CEV3	<---	CEV	1.220	.265	4.608	***	
JS2	<---	JS	1.000				
JS3	<---	JS	.934	.116	8.083	***	
JS4	<---	JS	.849	.114	7.424	***	
TI1	<---	TI	1.000				
TI2	<---	TI	.960	.149	6.428	***	
TI3	<---	TI	.571	.126	4.534		
TI4	<---	TI	1.212	.188	6.435	***	

*Causal relationship* yang signifikan dapat dilihat dari besarnya koefisien jalur (*Estimate dan Standardized Estimate*) dengan nilai CR yang lebih besar dari 1.96 atau tingkat signifikansi uji hipotesis yang lebih kecil dari 0.05. Pada hasil pengujian diatas, analisis jalur menunjukkan hasil yang sebagian besar signifikan pada jalur yang ada. Jalur yang tidak signifikan ditunjukkan pada jalur berikut:

<i>Job Satisfaction</i>	<---	<i>Corporate Ethical Value</i>
<i>Turnover Intention</i>	<---	<i>Corporate Ethical Value</i>

Pengujian ini juga menunjukkan besaran dari efek menyeluruh, efek langsung serta tidak langsung dari satu variable terhadap variable lainnya, seperti tersaji pada table dibawah ini:

**Tabel 4.6** Hasil Perhitungan Pengaruh Total

	<i>Corporate Ethical Value</i>	<i>Job Satisfaction</i>	<i>Turnover Intention</i>
<i>Job Satisfaction</i>	.147	.000	.000
<i>Turnover Intention</i>	.144	.321	.000

**Tabel 4.7** Hasil Perhitungan Pengaruh Langsung *Standardized Direct Effects*  
(Group number 1 - Default model)

	<i>Corporate Ethical Value</i>	<i>Job Satisfaction</i>	<i>Turnover Intention</i>
<i>Job Satisfaction</i>	.130	.000	.000
<i>Turnover Intention</i>	.115	.433	.000

**Tabel 4.8** Hasil Perhitungan Pengaruh Tidak Langsung *Standardized Indirect Effects*  
(Group number 1 - Default model)

	<i>Corporate Ethical Value</i>	<i>Job Satisfaction</i>	<i>Turnover Intention</i>
<i>Job Satisfaction</i>	.000	.000	.000
<i>Turnover Intention</i>	.056	.000	.000

### 4.3 Pembahasan

Hubungan kausalitas dikatakan signifikan apabila nilai parameter estimasi kedua konstruk memiliki nilai C.R lebih besar atau sama dengan  $\pm 1.96$  dengan taraf signifikansi 0.05 (5%) atau jika menggunakan taraf signifikansi sebesar 0.01 (1%) nilai C.R lebih besar  $\pm 2.00$ . Sedangkan jika nilai C.R lebih kecil dari 1.96 maka memiliki hubungan kausalitas yang lemah (Suryanto, dkk, 2002).

#### 1. Pengaruh *corporate ethical values* terhadap *job satisfaction*

Hipotesis 1 bertujuan untuk menguji apakah *corporate ethical values* berpengaruh positif pada *job satisfaction*. Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 4.11 nilai C.R lebih kecil dari  $\pm 1.96$  sehingga hipotesis tersebut tidak signifikan pada  $p < 0.05$ , maka dapat disimpulkan bahwa H1 tidak terbukti. Artinya secara statistik dapat ditunjukkan bahwa *corporate ethical values* tidak berpengaruh terhadap *job satisfaction*. Hal ini mengindikasikan bahwa *corporate ethical values* yang diterapkan pada perusahaan-perusahaan di Jakarta belum bisa memberi pengaruh secara positif dalam meningkatkan kepuasan kerja pegawai.

#### 2. Pengaruh *corporate ethical values* terhadap *turnover intention* pegawai

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 4.11 nilai C.R lebih kecil dari  $\pm 1.96$  sehingga hipotesis tersebut tidak signifikan pada  $p < 0.05$ , maka dapat disimpulkan bahwa H2 tidak terbukti. Artinya, secara statistik dapat ditunjukkan bahwa *corporate ethical values* tidak berpengaruh terhadap *turnover intention*. Hal ini mengindikasikan bahwa *corporate ethical values* yang diterapkan pada perusahaan-perusahaan di Jakarta belum bisa memberi pengaruh negatif dalam upaya menekan angka *turnover intention* pegawai perusahaan.

#### 3. Pengaruh *job satisfaction* terhadap *turnover intention* pegawai

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 4.11 nilai C.R lebih besar dari  $\pm 1.96$  sehingga hipotesis tersebut signifikan pada  $p < 0.05$ , maka dapat disimpulkan bahwa *job satisfaction* memiliki pengaruh signifikan terhadap *turnover intention*. Walaupun signifikan berpengaruh, namun *job satisfaction* memiliki hasil estimasi sebesar 0.321. Hal ini menyimpulkan bahwa pengaruh yang diberikan *job satisfaction* terhadap *turnover intention* adalah positif. Berdasarkan kesimpulan tersebut, maka dapat ditarik hasil bahwa H3 tidak terbukti. Hal ini mengindikasikan bahwa *job satisfaction* yang diterapkan pada perusahaan-perusahaan di Jakarta bisa menambah angka *turnover intention* pegawai perusahaan. Bila dikaitkan dengan hasil penelitian maka bisa disimpulkan sebagian besar responden yang puas dengan pekerjaannya justru memiliki keinginan untuk pindah. Fenomena yang mungkin terjadi adalah ketika pegawai sudah merasa sangat nyaman dengan pekerjaannya, sehingga pegawai lebih sering menganggap mudah pekerjaannya. Pada akhirnya pegawai merasa kurang mendapatkan tantangan pada pekerjaannya dan memilih untuk beralih profesi.

### 4.4 Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil penelitian dapat diberikan implikasi kepada perusahaan-perusahaan yang ada di wilayah DKI Jakarta. Beberapa implikasi yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Pentingnya menekan angka *turnover intention* menjadi suatu kebutuhan bagi perusahaan. Kualitas produk perusahaan sangat bergantung pada kualitas SDM yang dimiliki. Oleh karena itu perusahaan harus bisa menekan *turnover intention* SDM yang dimiliki oleh perusahaan. Agar kualitas produk perusahaan stabil dan mampu bersaing dengan para competitor.
2. Bila perusahaan dihadapkan dengan sebuah pilihan antara *corporate ethical values* ataupun *job satisfaction* yang lebih penting dalam melakukan usaha menekan angka *turnover intention* pegawai maka perusahaan sebaiknya mendahulukan kebijakan-kebijakan yang berkaitan dengan *job satisfaction*. Karena lebih berpengaruh signifikan terhadap *turnover intention* baik secara positif maupun negatif

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Adapun kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini adalah:

1. Berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan (Tabel 4.5) dapat disimpulkan bahwa *corporate ethical values* tidak berpengaruh positif signifikan terhadap *job satisfaction*. Nilai C.R lebih kecil dari  $\pm 1.96$  sehingga hipotesis tersebut tidak signifikan pada  $p < 0.05$ .
2. Berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan (Tabel 4.5) dapat disimpulkan bahwa *corporate ethical values* tidak berpengaruh negatif signifikan terhadap *turnover intention*. Nilai C.R lebih kecil dari  $\pm 1.96$  sehingga hipotesis tersebut tidak signifikan pada  $p < 0.05$ .
3. Berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan (Tabel 4.5) dapat disimpulkan bahwa *job satisfaction* berpengaruh positif signifikan terhadap *turnover intention*. Nilai C.R lebih besar dari  $\pm 1.96$  sehingga hipotesis tersebut signifikan pada  $p < 0.05$ . Hasil analisis pada penelitian ini menunjukkan bahwa tidak satupun hipotesis pada penelitian ini yang terbukti.

### 5.2 Saran

Beberapa saran yang dapat penulis berikan untuk kepada perusahaan-perusahaan yang ada di wilayah Jakarta sebagai berikut:

1. Meningkatkan *Job Satisfaction*
  - a. Memberikan gaji sesuai dengan pengeluaran dan kontribusi pegawai terhadap perusahaan.
  - b. Memberikan kesempatan bagi pegawai untuk lebih berkembang
  - c. Memberikan apresiasi lebih terhadap hasil kerja pegawai
  - d. Menempatkan pegawai pada posisi yang memang menjadi minat dan sesuai dengan kemampuannya.
  - e. Menciptakan lingkungan kerja yang produktif dan supportif
  - f. Mendengarkan aspirasi atau gagasan dari para pegawai.

## 6. DAFTAR PUSTAKA

- Amyx, D., Bhuian, S., Sharma, D., & Loveland, K. (2008). Salesperson Corporate Ethical Value (SCEV) Scale: Development and Assessment among Salespeople. *Journal of Personal Selling & Sales Management*, 4(28), 387- 401.
- Arikunto, S. (1996). *Dasar-Dasar Penelitian*. Jakarta: PT Gramedia.
- As'ad, S. (1999). *Seri Ilmu dan Sumber Daya Manusia, PSIKOLOGI INDUSTRI*. Yogyakarta: Penerbit Liberty Yogyakarta.
- Balzer, W., Kihm, J., Smith, P., Irwin, J., Bachiodi, P., Robie, C., . . . Parra, L. (1997). *User's manual for the Job Descriptive Index (JDI: 1997 Revision) and the Job in General (JIG) Scales*. Bowling Green: OH: Bowling Green State University.
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, VI(51), 1173-1182.
- Berita Resmi Statistik Provinsi DKI Jakarta. (2015, November 5). KEADAAN KETENAGAKERJAAN DI DKI JAKARTA AGUSTUS 2015.
- Bertens, K. (2002). *Etika*. Jakarta: PT Gramedia.
- Bestlife. (n.d.). *Dampak Buruk Tingkat Turn-Over Karyawan yang Tinggi*. Retrieved from Bestlife: <http://www.bestlife.co.id/lifestyle/the.good.life/dampak.buruk.tingkat.turnover.karyawan.yang.tinggi/004/001/251>
- Bushra, A. (2012). Job Satisfaction and Women's Turnover Intentions in Pakistan's Public Universities . *The Lahore Journal of Business* .

- Cammann, C., Fichman, M., & Jenkins, G. D. (1983). 'Assessing the Attitudes and Perceptions of Organizational Members', in S. Seashore, E. E. Lawler, P. H. Mirvis and C. Cammann (eds.). *Assessing Organizational Change: A Guide to Methods, Measures, and Practices*, 71-138.
- Cermati. (2016, July 16). *13 Alasan Pindah Kerja yang Sering Digunakan Pegawai*. Retrieved from Cermati.com: <https://www.cermati.com/artikel/13-alasanpindah-kerja-yang-sering-digunakan-pegawai>
- Chen, A. Y., Sawyers, R., & Williams, P. F. (1997). Reinforcing Ethical Decision Making through Corporate Culture. *Journal of Business Ethics*, VI(83), 922- 931.
- Elci, M., Kitapci, H., & Erturk, A. (2007). Effects of Quality Culture and Corporate Ethical Values on Employee Work Attitudes and Job Performance in Turkey : An Integrative Approach. *Total Quality Management*, 3(18), 285- 302.
- Gallivan, M. J. (2003). The Influence of Software Developers' Creative Style on Their Attitudes to and Assimilation of a Software Process Innovation. *Information and Management*, V(40), 443-465.
- Ghozali, I. (2001). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS* (3rd ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gilson, L. L., Mathieu, J. E., Shalley, C. E., & Ruddy, T. M. (2005). Creativity and Standardization: Complementary or Conflicting Drivers of Team Effectiveness? *Academy of Management Journal*, III(48), 521 -531.
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Black, W. C., & Babin, B. J. (2010). *Multivariate Data Analysis*. New Jersey: Pearson Education Inc.
- Helen, D. (2014, May 15). *SURVEI SDM PERBANKAN: Turn Over Karyawan 15%, Motif Utamanya Cari Tunjangan Lebih Menjanjikan*. Retrieved from Bisnis.com: <http://finansial.bisnis.com/read/20140515/90/228134/surveisdmsdm-perbankan-turn-over-karyawan-15-motif-utamanya-cari-tunjanganlebih-menjanjikan>.
- Hendry. (2016). *Kriteria Goodness of Fit SEM*. Retrieved from Teori Online: <http://teorionline.net/kriteria-goodness-of-fit-sem/>
- Hom, P. W., & Griffeth, R. W. (1995). *Employee Turnover*. South-Western, Cincinnati, OH.
- Hunt, S. D., Wood, V. R., & Chonko, L. B. (1989). Ethical Values and Organizational Commitment in Marketing. *Journal of Marketing*, 53, 79- 90.
- Indonesia Investments. (2016, Febuary). *Pengangguran di Indonesia*. Retrieved from indonesia-investments.com: <http://www.indonesiainvestments.com/id/keuangan/angka-ekonomi-makro/pengangguran/item255>
- Jaramilo, F., Mulki, J. P., & Solomon, P. (2006). The Role of Ethical Climate on Salesperson's Role Stress, Job Attitudes, Turnover Intention, and Job Performance. *Journal of Personal Selling and Sales Management*, III(26), 271-282.
- Jones, G. (2007). *Organizational Theory, Design and Change* (5th ed.). New Jersey: Pearson Education.
- Kaptein, M. (2009). Ethics Programs and Ethical Culture: A Next Step in Unraveling Their Multi-Faceted Relationship. *Journal of Business Ethics*, 89, 261 -281.
- Kelloway, E. K., Gotlieb, B. H., & Barham, L. (1999). The source, nature, and direction of work and family conflict: A longitudinal investigation. *Journal of Occupational Health Psychology*(4), 337-346.
- Keraf, F. (1998). *Etika Bisnis : Tuntutan dan Relevansinya*. Yogyakarta: Kanisius.
- Kunin, T. (1955). The Construction of a New Type of Attitude Measure. *Personnel Psychology*, 65-77.
- Luthans, F. (1998). *Organizational Behavior*. Singapore: McGraw-Hill.

- Maholtra, N. K. (2009). *Basic Marketing Research*. New Jersey: Pearson Education Inc.
- Mathis, R., & Jackson, J. (2001). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mondy, R., & Noe, R. (2005). *Human Resource Management (9th ed.)*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Munandar, U. (1985). *Mengembangkan Bakat dan Kretifitas Anak*. Jakarta: PT Gramedia.
- Nursito. (1999). *Kiat Menggali Kreativitas*. Yogyakarta: Mitra Gama Widya.
- Oliver, D., Statler, M., & Roose, J. (2009). A Meta-Ethical Perspective on Organizational Identity. *Journal of Business Ethics*.
- Pola, G. I. (2012, July). Analisa Hubungan Antara Corporate Ethical Values, Organizational Commitment, dan Person-Organization Fit Studi Kasus: PT Telekomunikasi Indonesia Tbk dan PT Promexx Pusat Stationary. Depok, Jawa Barat, Indonesia: Universitas Indonesia.
- Pristandia. (2012). Analisis Pengaruh OCB dan Organisasu Comitment Terhadap Turnover Intention. *Jurnal Binus University*.
- Robbins, S. (2001). *Organizational Behavior : Concept, Controversies, Applications*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Robbins, S., & Coulter, M. (2009). *Management (10th ed.)*. New Jersey.
- Schmidt, A. (2008). Development and Validation of The Toxic Leadership Scale.
- Schwepker, C. J. (2001). Ethical climate's relationship to job satisfaction, organizational commitment, and turnover intention in the salesforce. *Journal of Business Research*, 39-52.
- Sekaran, U. (2000). *Research Method For Business. 3rd edition*. New York: John Willey & Sons Inc.
- Semiawan, C. R. (2009). *Kreativitas Kebebakatan*. Jakarta: PT Indeks.
- Shalley, C. E., Gilson, L. L., & Blum, T. C. (2000). Matching Creativity Requirements and the Work Environment: Effects on Satisfaction and Intention to Leave. *Academy of Management Journal, IV(2)*, 215-223.
- Sims, R. L., & Keon, T. L. (1997). Ethical Work Climate as a Factor in The Development of Person-Organization Fit. *Journal of Business Ethics*, 16, 1095-1105.
- Smith, P., Kendall, L., & Hulin, C. (1969). *The Measurement of Satisfaction in Work and*. Chicago: Rand McNally.
- Stapenhurst, R., & Pelizzo, R. (2004). Legislative Ethics and Codes of Conduct. *WBI Working Papers(37237)*, 1 -18.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryanto, L., Sugiyanto, F., & Sugiarti. (2002). Analisis Faktor-Faktor Pembentuk Persepsi Kualitas Layanan untuk Menciptakan Kepuasan dan Loyalitas Nasabah (Studi Empiris pada Kantor Cabang BRISemarang-Pattimura). *Jurnal Bisnis Strategi*, 33-46.
- Sutton, R. I., & Hargadon, A. (1996). Brainstorming Groups in Context: Effectiveness in a Product Design Firm. *Administrative Science Quarterly, IV(41)*, 685-734.
- Tett, R. P., & Meyer, J. P. (1993). Job Satisfaction, Organizational Commitment, Turnover Intention, and Turnover: Path Analysis Based on Meta-Analytic Findings. *Personnel Psychology, II(46)*, 259-293.
- Valentine, S., Godkin, L., Fleischman, G. M., & Kidwell, R. (2011). Corporate Ethical Values, Group Creativity, Job Satisfaction and Turnover Intention : The Impact of Work Context on Work Response. *Journal of Business Ethics*, 98, 353-372.
- Wexley, K. N., & Yukl, G. A. (1977). *Organizational Behavior and Personal Psychology*. Homewood, Illinois: Richard D. Irwin Inc.

