

PERAN ORGANIZATIONAL COMMITMENT PADA KARYAWAN GENERASI MILENIAL PERHOTELAN

Alfina Juhriyah¹

Andreas Wahyu Gunawan P²

¹Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Trisakti, Jakarta

¹022002202056@std.trisakti.ac.id

²andreaswg@trisakti.ac.id

ABSTRACT

The low level of Innovative Behavior and Organizational Commitment among millennial employees in the hospitality sector poses a serious challenge to organizational sustainability in the digital era. This study aims to analyze the influence of Job Crafting and Perceived Organizational Support on Innovative Behavior with Organizational Commitment as a mediating variable among hotel employees in Central Jakarta. Using a quantitative approach, data were collected through an online questionnaire from 200 respondents selected using a purposive sampling technique. Data analysis was performed using descriptive statistics with the help of SPSS version 26 and Structural Equation Modeling (SEM) through AMOS version 24 software. The results showed that Job Crafting and Perceived Organizational Support had a positive and significant effect on Organizational Commitment and Innovative Behavior. In addition, Organizational Commitment was proven to significantly mediate the influence of both independent variables on employee Innovative Behavior partially. In conclusion, hospitality management needs to create a supportive work environment and provide space for employees to make work adjustments to increase emotional engagement that will ultimately trigger the emergence of innovative ideas on an ongoing basis to maintain the organization's competitive advantage.

Keywords : Job Crafting, Perceived Organizational Support, Organizational Commitment, Innovative Behavior, Millennial Employees.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dan percepatan digitalisasi dalam beberapa tahun terakhir telah mengubah pola persaingan organisasi secara signifikan. Organisasi dituntut untuk beradaptasi dengan lingkungan bisnis yang dinamis dan kompetitif guna mempertahankan keberlangsungan usaha. Keberhasilan organisasi tidak lagi hanya ditentukan oleh efisiensi operasional dan pencapaian finansial, tetapi juga oleh kemampuan untuk melakukan inovasi secara berkelanjutan (Mondo *et al.*, 2023). Dalam konteks tersebut, sumber daya manusia memegang peran strategis karena karyawan menjadi penggerak utama terciptanya inovasi melalui kreativitas, inisiatif, serta kemampuan menghasilkan solusi baru dalam pekerjaan (Wang *et al.*, 2025). Oleh karena itu, organisasi perlu menciptakan

kondisi yang mampu mendorong karyawan untuk berkontribusi secara optimal dalam menghasilkan *Innovative Behavior*.

Laporan Gallup (2024) mengungkapkan bahwa hanya 23% pekerja global yang merasa benar-benar berkontribusi pada inovasi. Sementara itu, Santoso & Rahmani (2025) menemukan bahwa di Indonesia, khususnya pada kalangan karyawan milenial di sektor startup, hanya sekitar 45% karyawan yang menunjukkan *Innovative Behavior* secara konsisten, sedangkan mayoritas lainnya masih pasif dalam mengemukakan ide baru.

Kondisi tersebut semakin relevan pada karyawan generasi milenial yang saat ini mendominasi tenaga kerja di industri perhotelan. Generasi milenial dikenal memiliki kreativitas, fleksibilitas, dan kemampuan adaptasi yang tinggi

terhadap perkembangan teknologi dan perubahan lingkungan kerja. Meskipun demikian, generasi ini juga cenderung memiliki tingkat *Organizational Commitment* yang relatif lebih rendah dibandingkan generasi sebelumnya, sehingga berdampak pada keterlibatan dan kesediaan mereka untuk memberikan kontribusi jangka panjang bagi organisasi (Santoso & Rahmani, 2025).

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa *Job Crafting* berkontribusi positif terhadap peningkatan keterlibatan kerja dan kreativitas karyawan (Mondo et al., 2023). Namun, peran *Job Crafting* dalam memperkuat *Organizational Commitment* yang pada akhirnya mendorong *Innovative Behavior* masih jarang dikaji, khususnya pada industri jasa perhotelan. Selain faktor internal, faktor eksternal berupa *Perceived Organizational Support (POS)* juga memiliki peran penting dalam membentuk sikap dan perilaku karyawan. *POS* menggambarkan sejauh mana karyawan mempersepsikan bahwa organisasi menghargai kontribusi mereka dan peduli terhadap kesejahteraan yang dimiliki (Olgun & Thapa, 2025). Persepsi tersebut dapat menciptakan rasa aman, meningkatkan loyalitas, serta memperkuat keterikatan emosional karyawan terhadap organisasi. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa *Perceived Organizational Support (POS)* berpengaruh signifikan terhadap *Organizational Commitment* (Alkhateri et al., 2018; Olgun & Thapa, 2025). Meskipun demikian, kajian yang mengintegrasikan peran *Perceived Organizational Support (POS)* dan *Job Crafting* dalam mendorong *Innovative Behavior* melalui *Organizational Commitment* masih relatif terbatas.

Berdasarkan penelitian terdahulu, terdapat kesenjangan penelitian yang perlu diteliti lebih lanjut. Sebagian besar studi masih meneliti hubungan antar variabel secara parsial dan dilakukan pada konteks industri tertentu, seperti industri digital atau manufaktur, sehingga belum sepenuhnya menggambarkan kondisi sektor jasa

perhotelan. Selain itu, penelitian yang secara khusus memfokuskan pada karyawan generasi milenial di Indonesia dengan mengintegrasikan *Job Crafting* dan *Perceived Organizational Support* sebagai faktor pendorong *Innovative Behavior* melalui *Organizational Commitment* masih jarang ditemukan (Wang et al., 2025; Olgun & Thapa, 2025).

Oleh karena itu, diperlukan penelitian yang mampu memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai mekanisme terbentuknya *Innovative Behavior* dalam konteks jasa. Untuk menjelaskan hubungan antarvariabel dalam penelitian ini, beberapa konsep utama dipaparkan secara ringkas. *Job Crafting* merujuk pada inisiatif karyawan dalam membentuk kembali cara mereka menjalankan pekerjaan agar lebih sesuai dengan karakteristik pribadi. Santoso dan Rahmani (2025) menekankan bahwa penyesuaian tersebut meningkatkan keterlibatan karena pekerjaan dirasakan lebih bermakna. Sejalan dengan itu, Nabila dan Emilisa (2024) menemukan bahwa perubahan dalam pengelolaan tugas maupun perspektif kerja berkontribusi pada meningkatnya kepuasan dan partisipasi aktif karyawan. *Perceived Organizational Support (POS)* merujuk pada persepsi karyawan mengenai sejauh mana organisasi menghargai kontribusi serta memperhatikan kesejahteraan mereka. Kurtessis et al. (2017) menjelaskan bahwa dukungan yang dirasakan karyawan membentuk hubungan timbal balik yang mendorong sikap dan perilaku kerja positif. Selain itu, Santoso dan Rahmani (2025) menunjukkan bahwa *Perceived Organizational Support (POS)* berperan dalam memperkuat keterikatan karyawan terhadap organisasi.

Organizational Commitment menggambarkan keterikatan psikologis karyawan terhadap organisasi yang tercermin dalam keinginan untuk tetap menjadi bagian dan berkontribusi secara berkelanjutan (Santoso & Rahmani, 2025). Komitmen tersebut berperan sebagai mekanisme yang mendorong

munculnya perilaku kerja positif dan tanggung jawab terhadap organisasi (Ishola, 2025).

Innovative Behavior menggambarkan perilaku karyawan dalam menghasilkan dan mengimplementasikan gagasan yang bermanfaat bagi organisasi (Hasar 2024). Gil *et al.* (2025) menyatakan bahwa perilaku tersebut mencerminkan kemampuan individu dalam mengembangkan ide secara produktif, sementara Olgun dan Thapa (2025) menunjukkan pentingnya dukungan organisasi dalam memperkuat inovasi di tempat kerja.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *Job Crafting* dan *Perceived Organizational Support* terhadap *Innovative Behavior* melalui *Organizational Commitment* sebagai variabel mediasi pada karyawan generasi milenial di sektor perhotelan Jakarta Pusat.

Sejalan dengan tujuan tersebut, hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut:

H1: *Job Crafting* berpengaruh positif terhadap *Organizational Commitment*.

H2: *Perceived Organizational Support* berpengaruh positif terhadap *Organizational Commitment*.

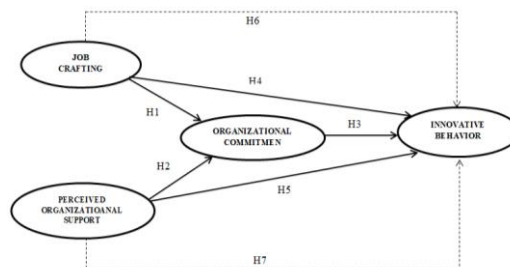
H3: *Job Crafting* berpengaruh positif terhadap *Innovative Behavior*.

H4: *Perceived Organizational Support* berpengaruh positif terhadap *Innovative Behavior*.

H5: *Organizational Commitment* berpengaruh positif terhadap *Innovative Behavior*.

H6: *Organizational Commitment* memediasi pengaruh *Job Crafting* terhadap *Innovative Behavior*.

H7: *Organizational Commitment* memediasi pengaruh *Perceived Organizational Support* terhadap *Innovative Behavior*.



Gambar 1. Kerangka Model

Sumber : (Wang *et al.*, 2025; Oubibi *et al.*, 2022)

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk menganalisis pengaruh *Job Crafting* dan *Perceived Organizational Support* terhadap *Innovative Behavior* yang dimediasi oleh *Organizational Commitment* pada karyawan generasi milenial di sektor perhotelan Jakarta Pusat. Keputusan pengujian didasarkan pada membandingkan *p-value* dengan level signifikan sebesar 0,05, di mana $p\text{-value} \leq 0,05$ menunjukkan hipotesis didukung dan terdapat pengaruh yang signifikan, sedangkan $p\text{-value} > 0,05$ menunjukkan hipotesis tidak didukung dan terdapat pengaruh yang tidak signifikan. Rancangan penelitian bersifat deskriptif dan korelasional dengan pengumpulan data secara cross-sectional, di mana unit analisis penelitian adalah individu. Populasi penelitian adalah seluruh karyawan generasi milenial yang bekerja di industri perhotelan Jakarta Pusat. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria tertentu, meliputi usia 24 - 44 tahun, pendidikan minimal Diploma, masa kerja minimal enam bulan, serta berstatus sebagai karyawan tetap atau kontrak. Berdasarkan pedoman Hair *et al.*, (2019) dan pertimbangan penggunaan Structural Equation Modeling (SEM), jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 200 responden. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner daring yang disebarluaskan melalui Google Form.

Kelayakan instrumen diuji melalui uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas

dilakukan dengan melihat nilai factor loading indikator dengan batas minimum $\geq 0,40$, sedangkan uji reliabilitas menggunakan koefisien Cronbach's Alpha dengan kriteria nilai $\geq 0,60$. Seluruh instrument dinyatakan valid dan reliabel sehingga layak digunakan dalam penelitian.

Analisis data dilakukan menggunakan statistik deskriptif untuk menggambarkan karakteristik responden dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 27. Selanjutnya, pengujian pengaruh antarvariabel dilakukan berbasis Structural Equation Modeling (SEM) menggunakan software AMOS versi 24 untuk menguji pengaruh langsung, pengaruh tidak langsung (mediasi), serta evaluasi *model fit* mengikuti kriteria *Goodness of Fit Indices*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis data karakteristik responden pada tabel 1. sebagian besar responden karyawan generasi milenial di sektor perhotelan Jakarta Pusat adalah perempuan sebesar 60%, sedangkan laki-laki sebesar 40%. Dari sisi usia, mayoritas responden berada pada rentang 24 - 30 tahun (57%), yang menunjukkan bahwa sebagian besar

karyawan berada pada usia produktif dan relatif mudah beradaptasi dengan perubahan di tempat kerja. Dilihat dari tingkat pendidikan, mayoritas responden memiliki pendidikan terakhir Diploma sebesar 54%.

Hal ini menunjukkan bahwa pekerjaan di bidang perhotelan lebih menekankan pada keterampilan praktik dan kemampuan pelayanan dibandingkan latar belakang akademik yang tinggi. Sementara itu, berdasarkan lama bekerja, sebagian besar responden memiliki masa kerja 2-5 tahun (50,5%), yang menggambarkan bahwa banyak karyawan masih berada pada tahap awal hingga menengah dalam kariernya.

Karakteristik tersebut memberikan gambaran bahwa karyawan milenial di industri perhotelan umumnya berusia muda, memiliki latar belakang pendidikan vokasional, dan pengalaman kerja yang relatif singkat. Kondisi ini dapat memengaruhi cara karyawan menyesuaikan pekerjaannya (*Job Crafting*), merasakan dukungan dari organisasi (*Perceived Organizational Support*), membangun keterikatan dengan organisasi (*Organizational Commitment*), serta menunjukkan perilaku inovatif dalam pekerjaan (*Innovative Behavior*).

Tabel 1. Karakteristik Responden

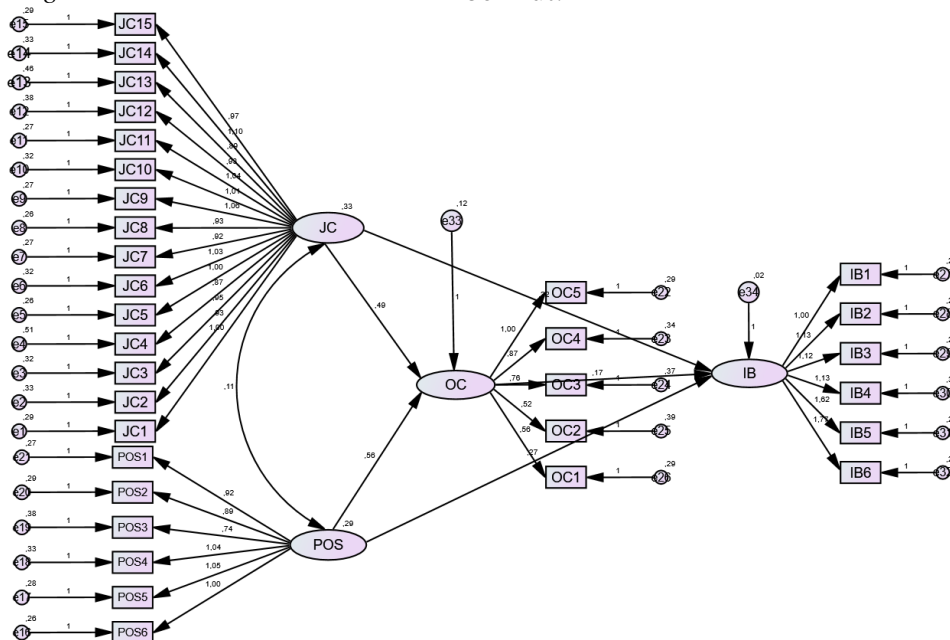
Keterangan	Kategori	Karyawan Generasi Milenial Perhotelan	
		Frekuensi	Presentase %
Gender	Pria	80	40%
	Wanita	120	60%
	Total	200	100%
Usia	24-30 Tahun	114	57%
	31-36 Tahun	52	26%
	37-43 Tahun	34	17%
	Total	200	100%
Pendidikan Terakhir	Diploma	124	62%
	S1	68	34%
	S2	8	4%
	Total	200	100%
Lama Bekerja	1 tahun	67	33,5%
	1-5 tahun	101	50,5%
	6-10 tahun	24	12%
	11-15 Tahun	8	4%
	Total	200	100%

Sumber : Data Diolah Menggunakan SPSS Versi 27

Uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen penelitian yang digunakan sudah layak dan dapat dipercaya. Pengujian ini dilakukan berdasarkan ketentuan Hair *et al.*, (2019) validitas dilihat dari nilai *factor loading* dengan ketentuan minimal $\geq 0,40$, sedangkan reliabilitas diukur menggunakan nilai *Cronbach's Alpha* dengan batas $\geq 0,60$. Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa seluruh indikator dalam penelitian ini telah memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas. Variabel *Job Crafting* memiliki nilai *factor loading* berkisar antara 0,610 sampai 0,774 dengan nilai reliabilitas sebesar 0,936, yang berarti instrumen pada variabel ini sangat reliabel. Variabel *Perceived Organizational Support* menunjukkan nilai *factor loading* antara 0,645 hingga 0,780 dengan nilai reliabilitas sebesar 0,836, sehingga dapat dinyatakan reliabel. Selanjutnya, variabel *Innovative Behavior* memiliki nilai *factor loading* pada rentang 0,670 hingga 0,770 dengan nilai reliabilitas sebesar 0,810, sehingga dapat dinyatakan reliabel. Sementara itu, variabel *Organizational Commitment*

juga memenuhi kriteria validitas dengan nilai *factor loading* antara 0,619 hingga 0,770, sehingga seluruh variabel dalam penelitian ini dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut dan dengan nilai reliabilitas sebesar 0,736 sehingga dapat dinyatakan reliabel.

Hasil evaluasi *Goodness of Fit* model menunjukkan bahwa model penelitian ini memenuhi kriteria kelayakan karena sejumlah indeks *Goodness of Fit* berada pada batas yang disyaratkan, yaitu nilai RMSEA sebesar $0,054 \leq 0,08$, nilai IFI sebesar $0,914 \geq 0,90$, nilai TLI sebesar $0,905 \geq 0,90$, nilai CFI sebesar $0,913 \geq 0,90$, serta nilai AGFI sebesar $0,787 \leq 0,816$ yang masih berada dalam kategori *good fit*. Dengan demikian, model yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan layak untuk digunakan pada analisis selanjutnya. Berdasarkan nilai yang diperoleh, maka dapat disimpulkan model yang digunakan dalam penelitian ini baik dan layak digunakan untuk melakukan penelitian. Uji SEM dari penelitian ini digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2. Uji Goodness of Fit (Uji Kelayakan Model Fit) *Job Crafting* memperoleh nilai total nilai mean sebesar 4,00, yang menunjukkan

bahwa sebagian besar responden cukup aktif dalam menyesuaikan pekerjaannya. Hal ini menggambarkan bahwa karyawan cenderung berinisiatif mengatur tugas, cara kerja, serta hubungan kerja agar lebih sesuai dengan kemampuan, minat, dan tujuan pribadi mereka.

Perceived Organizational Support memiliki total nilai mean sebesar 4,01, yang berarti responden merasakan *Perceived Organizational Support* yang cukup baik. Kondisi ini menunjukkan bahwa karyawan merasa diperhatikan, dihargai kontribusinya, serta mendapatkan bantuan dari organisasi ketika menghadapi kesulitan dalam pekerjaan. Dukungan tersebut dapat meningkatkan rasa nyaman dan kepercayaan karyawan terhadap organisasi.

Selanjutnya, *Innovative Behavior* memperoleh total nilai mean sebesar 4,10, yang mengindikasikan bahwa karyawan memiliki kecenderungan untuk

mencari ide baru, mencoba cara kerja yang lebih efektif, serta berupaya menerapkan inovasi dalam pekerjaannya. Hal ini menunjukkan bahwa karyawan cukup terbuka terhadap perubahan dan berperan aktif dalam perbaikan proses kerja.

Sementara itu, *Organizational Commitment* memiliki total nilai mean sebesar 4,01, yang menunjukkan tingkat *Organizational Commitment* yang cukup baik. Kondisi ini mencerminkan bahwa karyawan memiliki rasa keterikatan emosional, loyalitas, serta kesediaan untuk berkontribusi lebih bagi organisasi. Komitmen yang dimiliki juga menunjukkan bahwa karyawan menikmati pekerjaannya, merasa terlibat secara emosional, dan memiliki tanggung jawab terhadap keberlangsungan organisasi.

Variabel	Item Pertanyaan	Mean
<i>Job Crafting</i>	Saya memperkenalkan pendekatan baru untuk meningkatkan pekerjaan saya.	3,97
	Saya mengubah ruang lingkup atau jenis tugas yang saya selesaikan di tempat kerja agar lebih sesuai dengan kemampuan saya.	3,99
	Saya menambahkan tugas baru yang menurut saya sesuai dengan keterampilan atau minat saya.	4,06
	Saya memilih untuk mengambil tanggung jawab tambahan dalam pekerjaan saya.	3,82
	Saya memberikan prioritas pada tugas-tugas yang paling sesuai dengan kemampuan dan minat saya.	4,08
	Saya memikirkan bagaimana pekerjaan saya memberikan makna dalam kehidupan saya.	4,08
	Saya mengingatkan diri saya tentang pentingnya pekerjaan saya bagi keberhasilan organisasi.	4,03
	Saya menyadari kontribusi pekerjaan saya terhadap masyarakat yang lebih luas.	4,00
	Saya memikirkan cara-cara di mana pekerjaan saya berdampak positif terhadap kehidupan saya.	4,11
	Saya merenungkan peran pekerjaan saya terhadap kesejahteraan hidup saya secara keseluruhan.	3,99
	Saya berusaha mengenal rekan kerja dengan lebih baik di lingkungan kerja.	4,07
	Saya ikut serta mengorganisir atau menghadiri kegiatan sosial yang berkaitan dengan pekerjaan.	4,01

	Saya berinisiatif menyelenggarakan acara khusus di tempat kerja, seperti perayaan ulang tahun rekan kerja.	3,86
	Saya bersedia membimbing karyawan baru, baik secara formal maupun informal.	4,02
	Saya membangun hubungan dengan rekan kerja yang memiliki minat dan keahlian serupa.	4,02
	Total Mean Job Crafting	4,00
<i>Perceived Organizational Support</i>	Saya merasa bahwa organisasi menghargai kontribusi saya terhadap kesuksesan perusahaan.	4,03
	Saya merasa bahwa organisasi memperhatikan tujuan dan nilai-nilai pribadi saya.	4,06
	Saya yakin organisasi akan membantu saya ketika saya menghadapi kesulitan dalam pekerjaan.	4,01
	Saya merasa bahwa organisasi peduli terhadap pendapat dan kebutuhan saya.	4,11
	Saya bangga karena organisasi mengakui pencapaian kerja saya.	4,02
	Saya merasa bahwa organisasi berusaha menjadikan pekerjaan saya lebih menarik dan bermakna.	4,12
	Saya merasa bahwa organisasi menghargai kontribusi saya terhadap kesuksesan perusahaan.	4,03
	Total Mean Perceived Organizational Support	4,01
<i>Innovative Behavior</i>	Saya secara aktif mencari teknologi, metode, atau ide baru untuk diterapkan dalam pekerjaan saya.	4,29
	Saya berupaya menghasilkan ide-ide kreatif untuk meningkatkan cara kerja saya.	4,18
	Saya mempromosikan dan mendukung penerapan ide-ide baru kepada rekan kerja dan atasan saya.	4,13
	Saya berinisiatif mencari dan mengamankan sumber daya yang dibutuhkan untuk mewujudkan ide-ide baru.	4,07
	Saya mengembangkan rencana dan langkah-langkah yang jelas untuk menerapkan ide-ide baru di tempat kerja.	3,97
	Saya berusaha menampilkan perilaku inovatif dalam setiap aspek pekerjaan saya.	4,01
	Total Mean Innovative Behavior	4,10
<i>Organizational Commitment</i>	Saya bersedia memberikan usaha lebih dari yang biasanya diharapkan demi keberhasilan organisasi ini.	4,31
	Saya sering merekomendasikan organisasi saya kepada teman-teman sebagai tempat kerja yang hebat.	4,15
	Saya merasa bahwa nilai-nilai saya sejalan dengan nilai-nilai organisasi ini.	4,08
	Saya merasa bangga menjadi bagian dari organisasi ini.	4,08
	Saya benar-benar peduli terhadap masa depan organisasi ini.	3,86
	Total Mean Organizational Commitment	4,01

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 27

Hasil uji hipotesis ini bertujuan untuk menguji pengaruh langsung dan tidak langsung antara *Job Crafting* dan *Perceived Organizational Support* terhadap *Innovative Behavior* dengan

Organizational Commitment sebagai variabel mediasi pada karyawan generasi milenial di sektor perhotelan Jakarta Pusat.

Tabel 2. Hasil Analisis Hipotesis

Hipotesis	Deskripsi	Estimasi (β)	p-value	Keputusan
H1	<i>Job Crafting</i> memiliki pengaruh positif terhadap <i>Organizational Commitment</i> .	0,494	0,000	Didukung
H2	<i>Perceived Organizational Support</i> memiliki pengaruh positif terhadap <i>Organizational Commitment</i> .	0,561	0,000	Didukung
H3	<i>Organizational Commitment</i> memiliki pengaruh Positif terhadap <i>Innovative Behavior</i> .	0,168	0,010	Didukung
H4	<i>Job Crafting</i> memiliki pengaruh positif terhadap <i>Innovative Behavior</i> .	0,220	0,000	Didukung
H5	<i>Perceived Organizational Support</i> memiliki pengaruh positif terhadap <i>Innovative Behavior</i> .	0,273	0,000	Didukung
H6	<i>Job Crafting</i> memiliki pengaruh positif Terhadap <i>Innovative Behavior</i> Melalui Mediasi <i>Organizational Commitment</i>	$0,494 \times 0,168 = 0,082$	0,015	Didukung
H7	<i>Perceived Organizational Support</i> memiliki pengaruh positif Terhadap <i>Innovative Behavior</i> Melalui Mediasi <i>Organizational Commitment</i>	$0,561 \times 0,168 = 0,094$	0,015	Didukung

Sumber: Data Diolah Menggunakan AMOS Versi 24

Hipotesis (H1) menguji pengaruh *Job Crafting* terhadap *Organizational Commitment*. Hasil analisis menunjukkan nilai estimasi (β) = 0,494 dengan *p-value* = 0,000, sehingga H1 dinyatakan didukung. Koefisien tersebut menunjukkan bahwa *Job Crafting* memiliki kontribusi yang substansial dalam memperkuat *Organizational Commitment*. Pemberian ruang bagi karyawan untuk menyesuaikan tugas, metode kerja, serta pola interaksi sesuai dengan kompetensi dan preferensi pribadi memungkinkan terciptanya pengalaman kerja yang lebih bermakna.

Dalam konteks industri perhotelan yang menuntut konsistensi layanan dan kemampuan adaptasi yang tinggi, fleksibilitas dalam melakukan *Job Crafting* membantu karyawan membangun rasa kendali terhadap pekerjaannya. Rasa kendali tersebut berperan dalam memperkuat keterlibatan emosional dan mendorong komitmen yang lebih stabil terhadap organisasi. Dengan demikian, dalam konteks penelitian ini pembentukan *Organizational Commitment* tidak semata-mata dipengaruhi oleh kebijakan organisasi, tetapi juga oleh tingkat otonomi yang diberikan kepada individu

untuk mengelola pekerjaannya secara proaktif. Hasil ini sejalan dengan Angela & Sudibjo (2020) yang menyatakan bahwa *Job Crafting* berperan dalam meningkatkan keterlibatan kerja yang kemudian memperkuat *Organizational Commitment*.

Hipotesis (H2) menguji pengaruh *Perceived Organizational Support* terhadap *Organizational Commitment*. Hasil analisis menunjukkan nilai estimasi (β) = 0,561 dengan p -value = 0,000, sehingga H2 dinyatakan didukung. Koefisien tersebut menunjukkan bahwa *Perceived Organizational Support* memiliki pengaruh yang kuat dalam memperkuat *Organizational Commitment*. Dukungan yang dirasakan karyawan, baik dalam bentuk perhatian, penghargaan, maupun kepedulian organisasi terhadap kesejahteraan mereka, membentuk persepsi adanya hubungan timbal balik yang adil antara individu dan organisasi. Dalam kondisi tersebut, komitmen tidak berkembang sebagai kewajiban administratif semata, melainkan sebagai keterikatan psikologis yang lebih stabil. Pada konteks karyawan generasi milenial di sektor perhotelan, persepsi terhadap dukungan organisasi menjadi faktor penting karena kelompok ini cenderung menghargai pengakuan dan apresiasi dalam lingkungan kerja. Ketika organisasi secara konsisten menunjukkan dukungan, karyawan terdorong untuk mempertahankan keterlibatan dan loyalitasnya terhadap organisasi. Hasil ini sejalan dengan Kurtessis *et al* (2017) yang menegaskan bahwa *Perceived Organizational Support* berkontribusi dalam memperkuat *Organizational Commitment* melalui mekanisme pertukaran sosial, di mana dukungan yang dirasakan karyawan mendorong terbentuknya loyalitas dan keterikatan jangka panjang terhadap organisasi.

Hipotesis (H3) menguji pengaruh *Organizational Commitment* terhadap *Innovative Behavior*. Hasil analisis menunjukkan nilai estimasi (β) = 0,168 dengan p -value = 0,010, sehingga H3 dinyatakan didukung. Meskipun nilai

koefisien lebih rendah dibandingkan pengaruh variabel sebelumnya, temuan ini menunjukkan bahwa *Organizational Commitment* tetap berperan dalam mendorong munculnya *Innovative Behavior*. Keterikatan psikologis terhadap organisasi menciptakan rasa tanggung jawab dan kepedulian terhadap keberlangsungan serta kualitas kinerja organisasi. Dalam kondisi tersebut, karyawan tidak hanya berfokus pada penyelesaian tugas rutin, tetapi juga terdorong untuk memberikan kontribusi yang bersifat pengembangan, termasuk dalam menghasilkan dan mengimplementasikan gagasan baru. Pada lingkungan industri perhotelan yang menuntut kualitas layanan dan adaptasi terhadap kebutuhan pelanggan, komitmen yang kuat menjadi landasan bagi munculnya inisiatif inovatif. Hasil ini sejalan dengan penelitian Caesens *et al* (2016) yang menyatakan bahwa *Organizational Commitment* mendorong perilaku ekstra peran yang mencerminkan kesiapan individu untuk berkontribusi melampaui tuntutan formal pekerjaan.

Hipotesis (H4) menguji pengaruh *Job Crafting* terhadap *Innovative Behavior*. Hasil analisis menunjukkan nilai estimasi (β) = 0,220 dengan p -value = 0,000, sehingga H4 dinyatakan didukung. Koefisien tersebut menunjukkan bahwa *Job Crafting* memberikan kontribusi nyata terhadap munculnya *Innovative Behavior*. Ketika karyawan secara aktif melakukan penyesuaian terhadap tugas dan cara kerja agar lebih selaras dengan kompetensi serta preferensi pribadi, mereka cenderung memiliki rasa kepemilikan yang lebih kuat terhadap pekerjaannya. Rasa kepemilikan tersebut meningkatkan keyakinan diri dan keberanian untuk mencoba pendekatan baru dalam menyelesaikan tugas. Pada lingkungan kerja perhotelan yang dinamis dan berorientasi pada kualitas pelayanan, inisiatif untuk memodifikasi cara kerja menjadi faktor penting dalam mendorong perbaikan proses dan penciptaan gagasan baru. Hasil ini sejalan dengan penelitian Pradana &

Suhariadi (2020) yang menyatakan bahwa *Job Crafting* memperkuat rasa kontrol individu yang pada akhirnya mendorong terbentuknya *Innovative Behavior* dalam pekerjaan.

Hipotesis (H5) menguji pengaruh *Perceived Organizational Support* terhadap *Innovative Behavior*. Hasil analisis menunjukkan nilai estimasi (β) = 0,273 dengan *p-value* = 0,000, sehingga H5 dinyatakan didukung. Koefisien tersebut menunjukkan bahwa *Perceived Organizational Support* memiliki kontribusi yang signifikan dalam mendorong *Innovative Behavior*. Ketika karyawan merasakan perhatian, penghargaan, dan kepedulian dari organisasi, terbentuk rasa aman psikologis yang memungkinkan mereka menyampaikan gagasan serta mencoba pendekatan baru tanpa kekhawatiran terhadap konsekuensi negatif. Kondisi ini menjadi faktor penting dalam memunculkan *Innovative Behavior*, khususnya pada industri perhotelan yang menuntut adaptasi cepat dan peningkatan kualitas layanan secara berkelanjutan. Dukungan yang konsisten dari organisasi memperkuat kepercayaan diri karyawan untuk mengambil inisiatif dalam pengembangan proses dan pelayanan. Hasil ini sejalan dengan penelitian Prakoso *et al* (2022) yang menegaskan bahwa *Perceived Organizational Support* berperan dalam meningkatkan keberanian individu untuk menunjukkan *Innovative Behavior* dalam pekerjaan.

Hipotesis (H6) menguji pengaruh *Job Crafting* terhadap *Innovative Behavior* melalui *Organizational Commitment*. Hasil analisis menunjukkan nilai pengaruh tidak langsung sebesar 0,082 dengan *p-value* = 0,015, sehingga H6 dinyatakan didukung. Temuan ini menunjukkan bahwa *Organizational Commitment* berperan sebagai mediator parsial dalam hubungan tersebut. Artinya, *Job Crafting* tidak hanya berdampak langsung terhadap *Innovative Behavior*, tetapi juga bekerja melalui penguatan keterikatan karyawan terhadap organisasi. Ketika karyawan secara proaktif menyesuaikan

pekerjaannya dan pada saat yang sama memiliki *Organizational Commitment* yang kuat, dorongan untuk memberikan kontribusi inovatif menjadi lebih konsisten dan berkelanjutan. Dalam konteks industri perhotelan, inisiatif individu tanpa adanya keterikatan terhadap organisasi berpotensi bersifat situasional dan tidak stabil. Oleh karena itu, *Organizational Commitment* berfungsi sebagai mekanisme yang menstabilkan dan memperkuat dampak *Job Crafting* terhadap *Innovative Behavior*. Hasil ini sejalan dengan Pradana & Suhariadi (2020) serta Alkhateri *et al* (2018) yang menyatakan bahwa bahwa *Organizational Commitment* memperkuat pengaruh perilaku proaktif terhadap kontribusi inovatif dalam organisasi.

Hipotesis (H7) menguji pengaruh *Perceived Organizational Support* terhadap *Innovative Behavior* melalui *Organizational Commitment*. Hasil analisis menunjukkan nilai pengaruh tidak langsung sebesar 0,094 dengan *p-value* = 0,015, sehingga H7 dinyatakan didukung. Temuan ini menunjukkan bahwa *Organizational Commitment* berperan sebagai mediator parsial dalam hubungan tersebut. Pengaruh *Perceived Organizational Support* terhadap *Innovative Behavior* menjadi lebih kuat ketika disertai tingkat *Organizational Commitment* yang tinggi. Persepsi terhadap perhatian, penghargaan, dan kepedulian organisasi membentuk keterikatan psikologis yang mendorong karyawan untuk berkontribusi secara lebih aktif. Dalam konteks ini, *Innovative Behavior* berkembang sebagai bentuk kontribusi yang konsisten, bukan sekadar respons situasional. Pada lingkungan perhotelan yang menuntut adaptasi dan kualitas layanan yang stabil, interaksi antara *Perceived Organizational Support* dan *Organizational Commitment* menjadi faktor penting dalam menjaga keberlanjutan *Innovative Behavior*. Hasil ini sejalan dengan penelitian Caesens & Stinglhamber (2020) serta Sulaiman *et al* (2019) yang menunjukkan bahwa *Perceived Organizational Support*

memperkuat *Innovative Behavior* baik secara langsung maupun melalui peningkatan *Organizational Commitment*.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Job Crafting* dan *Perceived Organizational Support* terhadap *Innovative Behavior* dengan *Organizational Commitment* sebagai variabel mediasi pada karyawan generasi milenial di sektor perhotelan Jakarta Pusat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Job Crafting* dan *Perceived Organizational Support* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Organizational Commitment*. Temuan ini mengindikasikan bahwa kemampuan karyawan dalam menyesuaikan pekerjaannya serta persepsi terhadap dukungan organisasi dapat memperkuat keterikatan dan loyalitas karyawan terhadap organisasi. Selain itu, *job crafting*, *Perceived Organizational Support*, dan *Organizational Commitment* terbukti berpengaruh positif terhadap *innovative behavior*. Hasil pengujian mediasi menunjukkan bahwa *Organizational Commitment* berperan sebagai mediator parsial dalam hubungan antara *Job Crafting* dan *Perceived Organizational Support* terhadap *Innovative Behavior*. Dengan demikian, *Innovative Behavior* karyawan tidak hanya dipengaruhi secara langsung oleh faktor internal dan eksternal, tetapi juga melalui penguatan *Organizational Commitment*.

DAFTAR PUSTAKA

Alkhateri, A. S., Nusari, M., Asma S Alkathiri, Abuelhassan E Abuelhassan, Gamal S A Khalifa, Mohammed Nusari, Ali Ameen, Alkhateri, A. S., Khalifa, G. S. A., & Ameen, A. (2018). The Impact of Perceived Supervisor Support on Employees Turnover Intention: The Mediating Role of Job Satisfaction and Affective Organizational Commitment Information System Strategic Planning View project

Leadership in the organization: A Conceptual Revi. *International Business Management*, 12(December), 477–492. <https://doi.org/10.3923/ibm.2018.477.492>

- Angela, A., & Sudibjo, N. (2020). Menakar Kemampuan Empowering Leadership, Job Crafting, dan Work Engagement dalam Memengaruhi Komitmen Organisasi. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Dan Pembelajaran*, 4(3), 442–454.
- Caesens, G., & Stinglhamber, F. (2020). Toward a More Nuanced View on Organizational Support Theory. *Frontiers in Psychology*, 11(March), 10–12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.00476>
- Caesens, G., Stinglhamber, F., & Ohana, M. (2016). Perceived organizational support and well-being: a weekly study. *Journal of Managerial Psychology*, 31(7), 1214–1230. <https://doi.org/10.1108/JMP-01-2016-0002>
- Gallup. (2024). *State of the Global Workplace: 2024 Report*. [http://www.gallup.com/file/services/176735/State of the Global Workplace Report 2024.pdf](http://www.gallup.com/file/services/176735/State%20of%20the%20Global%20Workplace%20Report%202024.pdf)
- Gil, A. J., Ocampo, J., Garcia-alcaraz, J. L., & Mataveli, M. (2025). *The relationship between individual-level learning and innovative behaviour : the mediation of group learning and the moderation of job autonomy*. October. <https://doi.org/10.1108/EJMBE-08-2024-0277>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis* (8 (ed.)). Massachusetts: Cengage Learning. <https://doi.org/10.1002/9781119409137>
- Hasani, S. (2024). Innovative behavior as a mediator. *Journal on Innovation*

- and Sustainability *RISUS*, 15(4), 90–109.
<https://doi.org/10.23925/2179-3565.2024v15i4p90-109>
- Ishola, S. A. (2025). *ASEAN Journal of Community and Emotional Intelligence, Job Satisfaction, and Reward Systems as Predictors of Organizational Commitment for Educational Purposes: A Short Literature Review*. 4(2), 119–126.
- Kurtessis, J. N., Eisenberger, R., Ford, M. T., Buffardi, L. C., Stewart, K. A., & Adis, C. S. (2017). Perceived Organizational Support: A Meta-Analytic Evaluation of Organizational Support Theory. *Journal of Management*, 43(6), 1854–1884.
<https://doi.org/10.1177/0149206315575554>
- Mondo, M., Cicotto, G., Pileri, J., Cois, E., & De Simone, S. (2023). Promote Well-Being and Innovation in Sustainable Organizations: The Role of Job Crafting as Mediator. *Sustainability (Switzerland)*, 15(11).
<https://doi.org/10.3390/su15118899>
- Nabila, D., & Emilisa, N. (2024). The Effect of Servant Leadership and Despotism Leadership on Task Performance through Job Crafting. *The Management Journal of Binaniaga*, 9(02), 211–228.
<https://doi.org/10.33062/mjb.v9i02.76>
- Olgun, C., & Thapa, B. (2025). The Effects of Psychological Capital and Workplace Bullying on Intention to Stay in the Lodging Industry. *Tourism and Hospitality*, 6(3).
<https://doi.org/10.3390/tourhosp6030127>
- Oubibi, M., Fute, A., Xiao, W., Sun, B., & Zhou, Y. (2022). Perceived Organizational Support and Career Satisfaction among Chinese Teachers: The Mediation Effects of Job Crafting and Work Engagement during COVID-19. *Sustainability (Switzerland)*, 14(2).
<https://doi.org/10.3390/su14020623>
- Pradana, E. R., & Suhariadi, F. (2020). The effect of job crafting on innovative behavior through mediation work engagement. *Airlangga Journal of Innovation Management*, 1(1), 77.
<https://doi.org/10.20473/ajim.v1i1.19402>
- Prakoso, S. D., Suryanto, & Windijarto. (2022). The Influence of Perceived Organizational Support on Innovative Behavior With Organizational Commitment as a Mediating Variable on Employees of PT. Lay Brothers. *Lay Brothers. Airlangga Development Journal*, 6(1), 27–36. <https://e-journal.unair.ac.id/ADJ>
- Santoso, R. M. W., & Rahmani, N. S. (2025). The Role of Job Crafting and Perceived Organizational Support on Millennial Work Engagement. *Psychological Research and Intervention*, 8(1), 1–12.
<https://doi.org/https://doi.org/10.21831/pri.v8i1.81424>
- Sulaiman, M., Ragheb, M. A., & Wahba, M. (2019). Perceived Organization Support Role in Creating an Innovative Work Behavior. *Open Access Library Journal*, 6, 1–13.
<https://doi.org/10.4236/oalib.1105372>
- Wang, Y., Liu, X., & Choi, S. (2025). The Moderating Role of Psychological Ownership in Job Crafting, Organizational Commitment, and Innovative Behavior: A Comparison Between AI and Non-AI Departments. *Behavioral Sciences*, 15(7), 937.
<https://doi.org/10.3390/bs15070937>