

PERAN ORGANIZATIONAL COMMITMENT PADA KARYAWAN GENERASI MILENIAL PERHOTELAN

Alfina Juhriyah¹

Andreas Wahyu Gunawan P²

¹⁻²Program 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 mampu beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis yang semakin dinamis dan kompetitif agar dapat mempertahankan keberlangsungan usahanya. 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, pada tahun 2025, (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).

Rendahnya *Organizational Commitment* dapat menghambat munculnya *Innovative Behavior* karena karyawan kurang terdorong untuk mengembangkan dan menerapkan ide-ide baru secara berkelanjutan. Salah satu faktor internal yang berpotensi mendorong *Innovative Behavior* adalah *job crafting*. *Job Crafting* dipahami sebagai inisiatif proaktif karyawan dalam menyesuaikan tugas, hubungan kerja, serta cara memaknai pekerjaannya agar lebih selaras dengan kemampuan, minat, dan nilai pribadi (Tims *et al.*, 2016; Oubibi *et al.*, 2022). Melalui *job crafting*, karyawan dapat menciptakan makna kerja yang lebih tinggi, meningkatkan motivasi intrinsik, serta memperkuat rasa memiliki terhadap pekerjaannya.

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa *Job Crafting* berkontribusi positif terhadap peningkatan keterlibatan kerja dan kreativitas karyawan (Mondo *et al.*, 2023). Namun, keterkaitan *Job Crafting* dengan *Organizational Commitment* sebagai mekanisme psikologis yang mendorong *Innovative Behavior* masih belum banyak dikaji secara mendalam, khususnya dalam konteks industri jasa perhotelan. Selain faktor internal, faktor eksternal berupa *Perceived organizational support (POS)* juga memiliki peran penting dalam membentuk sikap dan perilaku karyawan. *Perceived organizational support (POS)* menggambarkan sejauh mana karyawan mempersepsikan bahwa organisasi menghargai kontribusi mereka dan peduli terhadap kesejahteraan yang dimiliki (Olgun & Thapa, 2025). *Perceived organizational support (POS)*

secara positif 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. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran *Job Crafting* dan *Perceived organizational support* dalam meningkatkan *Organizational Commitment* serta mendorong munculnya *Innovative Behavior* pada karyawan generasi milenial di sektor perhotelan Jakarta Pusat. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan kajian manajemen sumber daya manusia, serta

kontribusi praktis bagi manajemen perhotelan dalam merancang strategi pengelolaan karyawan yang lebih adaptif, suportif, dan berorientasi pada inovasi.

Job Crafting adalah upaya karyawan untuk menyesuaikan pekerjaannya dengan kemampuan dan nilai yang dimilikinya agar lebih terlibat dan merasa pekerjaannya bermakna (Santoso & Rahmani, 2025). Selain itu, *Job Crafting* memungkinkan karyawan mengubah tugas, hubungan kerja, serta cara memandang pekerjaannya sehingga dapat meningkatkan kepuasan kerja, keterlibatan, dan kesejahteraan psikologis (Nabila & Emilisa, 2024). *Job Crafting* terdiri dari penyesuaian tugas, cara pandang, dan hubungan kerja (*task, cognitive, dan relational crafting*) yang dilakukan karyawan agar pekerjaan lebih sesuai dan bermakna (Kristiana *et al.*, 2025). *Job Crafting* dipengaruhi oleh faktor individu, situasional, dan organisasi, serta keseimbangan antara tuntutan pekerjaan dan sumber daya yang dimiliki karyawan (Bruning & Campion, 2018; Tims *et al.*, 2016)

Perceived organizational support (POS) adalah keyakinan karyawan bahwa organisasi menghargai kontribusi dan peduli terhadap kesejahteraan mereka sehingga mendorong sikap dan perilaku kerja positif (Kurtessis *et al.*, 2017). *Perceived organizational support (POS)* terdiri dari dimensi keadilan organisasi, dukungan atasan, kondisi kerja dan penghargaan, serta pemenuhan kebutuhan sosio-emosional karyawan (Kurtessis *et al.*, 2017). *Perceived organizational support (POS)* dipengaruhi oleh keadilan organisasi, dukungan atasan, lingkungan kerja yang positif, praktik manajemen sumber daya manusia, serta gaya kepemimpinan yang mendukung dan memotivasi karyawan (Anggiani, 2019).

Organizational Commitment mencerminkan keterikatan emosional, pertimbangan rasional, serta kewajiban moral karyawan untuk tetap menjadi bagian dari organisasi (Santoso & Rahmani, 2025). Komitmen yang kuat

berfungsi sebagai mekanisme psikologis yang mendorong kontribusi dan perilaku kerja positif karyawan (Aseanty & Alvianita, 2024). *Organizational Commitment* mencakup *affective, continuance, dan normative commitment* yang mencerminkan keterikatan emosional, pertimbangan biaya, dan kewajiban moral untuk karyawan (Nafia *et al.*, 2024). *Organizational Commitment* dipengaruhi oleh faktor organisasi, individu, dan sosial, termasuk dukungan, lingkungan kerja, hubungan interpersonal, dan pengembangan karier (Simanjuntak *et al.*, 2024).

Innovative Behavior merupakan rangkaian perilaku yang mencakup eksplorasi, penciptaan, promosi, dan implementasi ide-ide baru yang bermanfaat bagi organisasi (Hasani, 2024; Gil *et al.*, 2025). Perilaku ini dipengaruhi oleh faktor individu dan organisasi yang mendukung kreativitas serta penerapan inovasi di tempat kerja (Olgun & Thapa, 2025).

Berdasarkan tinjauan teoretis penelitian, hipotesis yang diajukan adalah :

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

H2: *Perceived organizational support* berpengaruh positif terhadap *Organizational Commitment*.

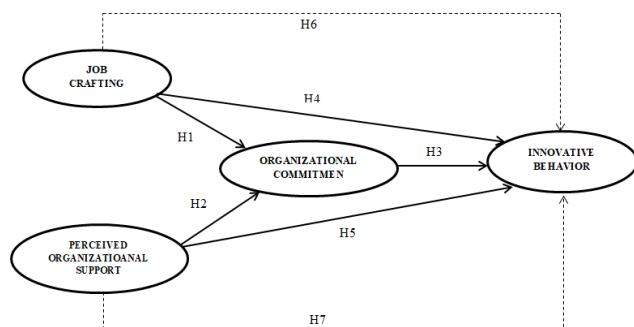
H3: *Job Crafting* berpengaruh positif terhadap *innovative behavior*.

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-value* $\geq 0,05$ menunjukkan hipotesis didukung dan terdapat pengaruh yang 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. Instrumen penelitian disusun berdasarkan indikator variabel *job crafting*, *Perceived organizational*

support, *Organizational Commitment*, dan *innovative behavior*, dengan skala pengukuran Likert lima poin. Variabel *Job Crafting* diukur melalui 15 indikator yang mencakup empat dimensi, *Perceived Organizational Support* terdiri dari 6 indikator, *Organizational Commitment* terdiri dari 6 indikator, dan *Innovative Behavior* terdiri dari 6 indikator. Data yang digunakan terdiri atas data primer yang diperoleh langsung dari responden serta data sekunder sebagai pendukung penelitian.

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 instrumen 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. 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.

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.

Job Crafting memperoleh nilai rata-rata 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 nilai rata-rata 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 nilai rata-rata 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 nilai rata-rata 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.

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 × 0,168 = 0,094	0,015	Didukung
----	--	-----------------------------	-------	----------

Sumber: Data Diolah Menggunakan AMOS Versi 24

Hipotesis (H1) menguji pengaruh *Job Crafting* terhadap *Organizational Commitment*. Hasil pengujian menunjukkan nilai estimasi (β) = 0,494 dengan p-value = 0,000, sehingga H1 didukung. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kemampuan karyawan dalam menyesuaikan tugas, cara kerja, dan hubungan kerja, maka semakin tinggi *Organizational Commitment*. Karyawan yang merasa pekerjaannya sesuai dengan kemampuan dan minatnya cenderung memiliki keterikatan emosional yang lebih kuat terhadap organisasi. Hasil ini sejalan dengan penelitian Angela & Sudibjo (2020) yang menyatakan bahwa *Job Crafting* berperan penting dalam meningkatkan *Organizational Commitment* karena membuat karyawan merasa lebih terlibat dan memiliki peran bermakna dalam pekerjaannya.

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 didukung. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi persepsi karyawan terhadap dukungan organisasi, semakin tinggi pula komitmen mereka terhadap organisasi. Dukungan berupa perhatian, penghargaan, dan kepedulian organisasi membuat karyawan merasa dihargai dan ingin bertahan lebih lama. Temuan ini sejalan dengan Kurtessis *et al* (2017) yang menjelaskan bahwa dukungan organisasi mendorong terbentuknya hubungan timbal balik yang memperkuat keterikatan dan komitmen karyawan.

Hipotesis (H3) menguji pengaruh *Organizational Commitment* terhadap *Innovative Behavior*. Hasil pengujian menunjukkan nilai estimasi (β) = 0,168 dengan p-value = 0,010, sehingga H3 didukung. Temuan ini menunjukkan bahwa karyawan yang memiliki

komitmen tinggi terhadap organisasi cenderung lebih terdorong untuk menunjukkan *Innovative Behavior* dalam pekerjaannya. Hasil ini sejalan dengan penelitian Caesens *et al* (2016) yang menyatakan bahwa keterikatan emosional karyawan terhadap organisasi mendorong munculnya perilaku ekstra, termasuk keberanian untuk mengembangkan dan menerapkan ide-ide baru.

Hipotesis (H4) menguji pengaruh *Job Crafting* terhadap *Innovative Behavior*. Hasil pengujian menunjukkan nilai estimasi (β) = 0,220 dengan p-value = 0,000, sehingga H4 didukung. Temuan ini menunjukkan bahwa karyawan yang aktif menyesuaikan pekerjaannya cenderung lebih inovatif dalam menjalankan tugasnya. Hasil ini sejalan dengan penelitian Pradana & Suhariadi (2020) yang menyatakan bahwa *Job Crafting* meningkatkan rasa kontrol dan kepercayaan diri karyawan, sehingga mendorong munculnya *Innovative Behavior* dalam pekerjaan.

Hipotesis (H5) menguji pengaruh *Perceived organizational support* terhadap *Innovative Behavior*. Hasil pengujian menunjukkan nilai estimasi (β) = 0,273 dengan p-value = 0,000, sehingga H5 didukung. Artinya, *Perceived organizational support* karyawan mampu mendorong munculnya *Innovative Behavior*. Ketika karyawan merasa aman dan dihargai, mereka lebih berani menyampaikan ide baru. Hasil ini sejalan dengan penelitian Prakoso *et al* (2022) yang menemukan bahwa dukungan organisasi berperan penting dalam meningkatkan keberanian karyawan untuk berinovasi.

Hipotesis (H6) menguji pengaruh *Job Crafting* terhadap *Innovative Behavior* melalui *Organizational Commitment*. Hasil analisis menunjukkan nilai pengaruh tidak langsung sebesar 0,082 dengan $p\text{-value} = 0,015$, sehingga H6 didukung. Hal ini menunjukkan bahwa *Organizational Commitment* berperan sebagai mediator parsial dalam hubungan tersebut. *Job Crafting* tetap dapat mendorong *Innovative Behavior* secara langsung, namun efeknya menjadi lebih kuat ketika karyawan juga memiliki komitmen terhadap organisasi. Temuan ini sejalan dengan Pradana & Suhariadi (2020) serta Alkhateri *et al* (2018) yang menyatakan bahwa *Organizational Commitment* memperkuat dampak perilaku proaktif terhadap kontribusi inovatif karyawan.

Hipotesis (H7) menguji pengaruh *Perceived organizational support* terhadap *Innovative Behavior* melalui *Organizational Commitment*. Hasil pengujian menunjukkan nilai pengaruh tidak langsung sebesar 0,094 dengan $p\text{-value} = 0,015$, sehingga H7 didukung. Temuan ini menunjukkan bahwa dukungan organisasi dapat meningkatkan *Innovative Behavior* melalui *Organizational Commitment*, meskipun dukungan organisasi juga tetap berpengaruh secara langsung. Hasil ini sejalan dengan penelitian Caesens & Stinglhamber (2020) serta Sulaiman *et al* (2019) yang menyatakan bahwa dukungan organisasi mendorong inovasi baik secara langsung maupun melalui peningkatan sikap positif karyawan terhadap organisasi.

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.
- Anggiani, S. (2019). Effect Of Transformational Leadership On Employee Creativity : Perceived

- Organizational Support Mediator (Study Empiric At Five-Star Hotels In Jakarta). *PEOPLE: International Journal of Social Sciences* ISSN 2454-5899, 4(3), 1862–1875.
<https://doi.org/10.20319/pijss.2019.43.18621875>
- Aseanty, D., & Alvianita, R. H. (2024). Influence of organizational culture and person-organization fit on job satisfaction mediated by organizational commitment at Jasa Marga Group. *OIDA International Journal of Sustainable Development*, 17(06), 51–58.
- Bruning, P. F., & Campion, M. A. (2018). A role–resource approach–avoidance model of job crafting: A multimethod integration and extension of job crafting theory. *Academy of Management Journal*, 61(2), 499–522.
- 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/service/s/176735/State of the Global Workplace Report 2024.pdf](http://www.gallup.com/file/service/s/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.
- Kristiana, Y., Sijabat, R., Sudibjo, N., & Bernarto, I. (2025). Service-oriented job crafting for employee well-being in hotel industry: a job demands-resources perspective. *Cogent Business and Management*, 12(1).
<https://doi.org/10.1080/23311975.2025.2463816>
- 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 on Task Performance through Job Crafting.

- The Management Journal of Binaniaga*, 9(02), 211–228. <https://doi.org/10.33062/mjb.v9i02.76>
- Nafia, R., Emilisa, N., Nugraha, A. A., & Egidia, C. C. (2024). Pengaruh Occupational Stress dan Relationship Conflict , Terhadap Turnover Intention Dimediasi Organizational Commitment Pada Industri Perhotelan. *Jurnal Cendekia Ilmiah Vol.4, No.1, Desember 2024*, 4(1), 3008–3020.
- 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>
- Simanjuntak, F. R., Emilisa, N., & Puspa, T. (2024). Pengaruh Mental Toughness dan Employee Experience Terhadap Organizational Commitment Dengan Psychological Well-Being Sebagai Mediator Pada Karyawan Generasi Z di Jakarta. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini Volume 14 No. 02 Desember 2023*, 14(02), 93–102.
- 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>
- Tims, M., Derks, D., & Bakker, A. B. (2016). Job crafting and its relationships with person-job fit and meaningfulness: A three-wave study. *Journal of Vocational Behavior*, 92, 44–53. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2015.11.007>
- 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>