

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	I
HALAMAN PERNYATAAN	II
HALAMAN PENGESAHAN.....	III
ABSTRAK	IV
MOTTO	V
HALAMAN PERSEMBAHAN	VI
KATA PENGANTAR	VII
DAFTAR ISI.....	VIII
DAFTAR TABEL.....	XI
DAFTAR GAMBAR	XII
DAFTAR LAMPIRAN.....	XIII
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
A. Landasan Teori.....	14
B. Penelitian Terdahulu	22
C. Hubungan Antar Variabel	25
D. Kerangka Pemikiran.....	29
E. Hipotesis.....	30
BAB III METODE PENELITIAN.....	31

A. Rancangan Penelitian	31
B. Objek dan Waktu Penelitian.....	32
C. Populasi.....	33
D. Metode Pengumpulan Data.....	34
E. Operasionalisasi Variabel.....	36
F. Pengukuran Variabel.....	45
G. Metode Analisis	47
BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan	55
A. Analisis Deskriptif	55
B. Analisis Kuantitatif	65
C. Pembahasan	75
BAB V Kesimpulan dan Saran	80
A. Kesimpulan	80
B. Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	85

DAFTAR TABEL

Tabel I.1. Peringkat Kekuasaan dan Performa Sektor Pariwisata Dunia Tahun 2018	2
Tabel I.2. Data <i>Turnover</i> Karyawan Pada PT. Taman Wisata Jogja	6
Tabel II.1. Penelitian Terdahulu	21
Tabel III.1. Jadwal Penelitian.....	30
Tabel III.2. Jumlah Karyawan divisi <i>park service</i> dan <i>security</i>	32
Tabel IV.1. Karakteristik Responden PT. Taman Wisata Jogja	51
Tabel IV.2. Tanggapan Terhadap Variabel <i>Organizational Learning Culture</i>	54
Tabel IV.3. Tanggapan Terhadap Variabel <i>Perceived Organizational Support</i>	55
Tabel IV.4. Tanggapan Terhadap variabel <i>Affective Commitment</i>	56
Tabel IV.5. Tanggapan Terhadap Variabel <i>Turnover Intention</i>	57
Tabel IV.6. Uji Validitas Variabel Penelitian	58
Tabel IV.7. Uji Reliabilitas	60
Tabel IV.8 Hasil Pengujian Model I	61
Tabel IV.9. Hasil pengujian Model II	62
Tabel IV.10. Pengaruh Langsung, Pengaruh Tidak Langsung, dan pengaruh Total <i>Organizational Learning Culture</i> (X_1) terhadap <i>Turnover intention</i> terhadap <i>Turnover Intention</i> (Y) dengan <i>Affective Commitment</i> (Z).....	65
Tabel IV.11. Pengaruh Langsung, Pengaruh Tidak Langsung, dan pengaruh Total <i>Perceived Organizational Support</i> (X_2) terhadap <i>Turnover intention</i> terhadap <i>Turnover Intention</i> (Y) dengan <i>Affective Commitment</i> (Z).....	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	29
Gambar 3.1 Model Analisis Jalur	51
Gambar 4.1 Hasil Analisis Jalur	68

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Kuisisioner Penelitian	80
Lampiran II Tabulasi Data Primer dan Identitas Responden	85
Lampiran III Hasil SPSS Uji Validitas	97
Lampiran IV Hasil SPSS Uji Reliabilitas	102
Lampiran V Deskripsi Responden	105
Lampiran VI Deskripsi Data Interval.....	108
Lampiran VII Hasil Analisis regresi (<i>Path Analysis</i>)	111
Lampiran VIII Surat Keterangan Penelitian	113