

Pengaruh Persepsi Karyawan Mengenai CSR terhadap Organizational Citizenship Behavior: Komitmen Afektif, Psychological Capital, dan Motivasi Prososial sebagai Mediator = Impact of Employee CSR Perceptions on Organizational Citizenship Behavior with Mediating Variables

Ghina Syukriya Maharani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920566575&lokasi=lokal>

Abstrak

Seiring meningkatnya ekspektasi terhadap sektor perbankan di Indonesia, perusahaan memerlukan strategi yang efektif untuk membangun human capital yang loyal dan mampu melampaui tugas rutin guna mencapai hasil optimal. Perilaku ekstra ini, dikenal sebagai Organizational Citizenship Behavior (OCB), menjadi fokus penelitian ini. Penelitian menganalisis pengaruh persepsi CSR terhadap OCB karyawan Gen Z di industri perbankan Indonesia, dengan komitmen afektif, psychological capital (PsyCap), dan motivasi prososial sebagai mediator, menggunakan metode Covariance-Based Structural Equation Modeling (CB-SEM). Survei online dari 262 responden dianalisis, menunjukkan bahwa persepsi CSR tidak signifikan terhadap OCB secara langsung (t-value 1,44), namun signifikan terhadap komitmen afektif (t-value 9,17), PsyCap (t-value 11,11), dan motivasi prososial (t-value 8,33). PsyCap menjadi mediator paling efektif (nilai mediasi 0,444) dibandingkan komitmen afektif (0,147) dan motivasi prososial (0,132). Sehingga Hasil ini menekankan pentingnya program CSR dalam meningkatkan PsyCap untuk mendorong OCB, dengan implikasi praktis berupa pelatihan yang mendukung optimisme, resiliensi, efikasi diri, dan harapan karyawan. Kontribusi penelitian ini mencakup wawasan teoretis tentang hubungan CSR dan OCB serta rekomendasi strategis bagi perusahaan dalam membangun perilaku ekstra peran karyawan.

.....This study aims to examine the mechanisms linking Corporate Social Responsibility (CSR) perceptions with Organizational Citizenship Behavior (OCB) among Generation Z employees in Indonesia's banking sector, focusing on the mediating roles of psychological capital, affective commitment, and prosocial motivation. While Generation Z demonstrates high concern for social and environmental issues, paradoxically, they exhibit the lowest levels of OCB among all generations. Data were collected through an online survey of 230 Generation Z employees in the Indonesian banking sector who had worked for at least 6 months. The study employs Covariance-Based Structural Equation Modeling (CB-SEM) for data analysis. The findings reveal that CSR perceptions positively influence OCB through the mediation of psychological capital, affective commitment, and prosocial motivation. These findings provide insights for banking institutions in designing effective CSR strategies to enhance OCB among Generation Z employees, while contributing to the literature by explaining the psychological mechanisms linking CSR to OCB. Practical and theoretical implications are discussed, along with suggestions for future research.