

**ANALISIS FAKTOR PENYEBAB TERJADINYA *TURNOVER* KARYAWAN DI PT. HADJI KALLA TOYOTA PADA BULAN JANUARI - MEI 2024****Jefriansyah¹⁾ | Nadhia Faiqah²⁾ | Nabila Nur Asyika³⁾ | Siti Nurchalisa Ratmilyah⁴⁾ |
Novi Yanti Pratiwi⁵⁾**^{1,2,3)}Fakultas Psikologi, Universitas Negeri Makassar09jefriansyah.jefri@gmail.com | nadhiafaiqah0404@gmail.com | Nabilaasyika@gmail.com |
icharatmilyah01@gmail.com | novi.yanti.pratiwi@unm.ac.id**Abstract**

Human resources have a crucial role in company operations, influencing the achievement of organizational goals. High turnover rates, such as those that occur in private companies, indicate instability that has the potential to be detrimental, including high costs in human resource management. This research took samples from 284 employees who resigned or were laid off from PT. Hadji Kalla Toyota for the period January to May 2024. Data collection techniques used the interview method. The data obtained was then analyzed descriptively based on the five components determined by Mathis & Jackson (2009). The findings show that task and job design are the main factors causing turnover, followed by personal reasons and career opportunities. Furthermore, the analysis shows that a high turnover rate occurs among salesman employees, especially at the apprentice level, who face big challenges in achieving salesman targets due to competition between salesman people and seniors. Experience in the salesman industry has been shown to have a significant effect on salesman performance, underscoring the importance of structured career development to reduce turnover. The results of the analysis also show that employees with shorter tenures tend to leave more than employees with longer tenures.

Abstrak

Sumber daya manusia memiliki peran krusial dalam operasional perusahaan, mempengaruhi pencapaian tujuan organisasi. Tingkat *turnover* yang tinggi, seperti yang terjadi pada perusahaan swasta, menandakan ketidakstabilan yang berpotensi merugikan, termasuk biaya tinggi dalam manajemen sumber daya manusia. Penelitian ini mengambil sampel dari 284 karyawan yang mengundurkan diri atau PHK dari PT. Hadji Kalla Toyota periode Januari hingga Mei 2024. Teknik pengumpulan data menggunakan metode wawancara. Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara deskriptif berdasarkan lima komponen yang ditentukan oleh Mathis & Jackson (2009). Temuan menunjukkan bahwa rancangan tugas dan pekerjaan merupakan faktor utama penyebab *turnover*, diikuti oleh alasan pribadi dan peluang karir. Lebih lanjut, analisis menunjukkan bahwa tingkat *turnover* yang tinggi terjadi pada karyawan *salesman*, terutama pada *grade* magang, yang menghadapi tantangan besar dalam mencapai target penjualan sebab persaingan sesama *salesman* dan senior. Pengalaman dalam industri penjualan terbukti berpengaruh signifikan terhadap kinerja penjualan, menggarisbawahi pentingnya pengembangan karir yang terstruktur untuk mengurangi *turnover*. Hasil analisis juga menunjukkan bahwa karyawan dengan masa kerja lebih singkat cenderung lebih banyak yang keluar dibanding karyawan dengan masa kerja lama.

Article History

Submitted: 28 Juni 2024

Accepted: 1 Juli 2024

Published: 8 Juli 2024

Key WordsEmployee; Salesmanman;
Turnover**Sejarah Artikel**

Submitted: 28 Juni 2024

Accepted: 1 Juli 2024

Published: 8 Juli 2024

Kata KunciKaryawan; Salesmanman;
Turnover**PENDAHULUAN**

Sumber daya manusia mempunyai hubungan yang erat dengan perusahaan. Kemampuan suatu perusahaan dalam beroperasi sangat ditentukan oleh sumber daya manusianya. Karyawan sangat berharga bagi suatu perusahaan karena mendukung pencapaian tujuan organisasi. Hal ini dikarenakan pegawai adalah orang-orang yang menyumbangkan gagasan, keterampilan, dan tenaganya untuk mencapai tujuan bersama serta berperan aktif dalam perkembangan perusahaan. Sebaliknya jika karyawan tidak dikelola dengan baik, maka



mereka akan merasa tidak nyaman berada di dalam perusahaan, kehilangan semangat dalam bekerja, dan akhirnya meninggalkan perusahaan (*Turnover Intention*) (Anastia dkk, 2021).

Fenomena yang sering terjadi pada suatu perusahaan yaitu tingginya tingkat *turnover* karyawan, khususnya pada perusahaan-perusahaan swasta. *Turnover* ini merupakan petunjuk kestabilan karyawan. Semakin tinggi *turnover*, berarti semakin sering terjadi pergantian karyawan (Firdaus, 2017). *Turnover* yang tinggi dapat memberikan dampak negatif bagi suatu perusahaan, seperti menciptakan kondisi kerja yang tidak stabil bagi karyawan yang ada dan menimbulkan biaya pengelolaan sumber daya manusia yang tinggi, seperti biaya pelatihan, mulai dari biaya rekrutmen karyawan dan pelatihan ulang (Anastia dkk, 2021).

Anastasia et al. (2021) menyebutkan *Turnover intention* merupakan keinginan berpindah dan menggambarkan pemikiran seseorang untuk keluar, mencari pekerjaan di tempat lain, serta keluar dari perusahaan. *Turnover* dapat diartikan sebagai pergantian karyawan. Dalam arti luas, *turnover* diartikan sebagai aliran karyawan yang bergabung dan meninggalkan suatu perusahaan. Pergantian karyawan tidak bisa dihindari dan perusahaan sudah menduganya. Tingkat *turnover* sebesar 5-10% per tahun dianggap normal, sedangkan tingkat *turnover* lebih dari 10% per tahun dianggap tinggi (Halimsetiono, 2014).

Turnover kerja dapat dibagi menjadi dua jenis: *voluntary turnover* dan *involuntary turnover*. Pengunduran diri secara sukarela (*voluntary turnover*) mengacu pada pengunduran diri karyawan karena alasan pribadi. *Voluntary turnover* dapat dikategorikan menjadi dua bidang: *avoidable turnover* (yang dapat dihindari) dan *unavoidable turnover* (yang tidak dapat dihindari). Perputaran yang dapat dihindari (*avoidable*) disebabkan oleh gaji yang lebih baik di tempat lain, kondisi kerja yang lebih baik di organisasi lain, masalah kepemimpinan/manajemen yang ada, dan adanya organisasi yang lebih baik lainnya. Di sisi lain, terjadi *unavoidable turnover* (tidak dapat dihindari), seperti pindah kerja ke wilayah lain untuk mengikuti pasangan, perubahan arah karir seseorang, bekerja dari rumah untuk merawat pasangan atau anak, dan kehamilan. *Involuntary turnover* mengacu pada seorang karyawan yang dipaksa meninggalkan perusahaan. *Involuntary turnover* terjadi karena tindakan disipliner perusahaan atau PHK (Halimsetiono, 2014).

Di era ini perputaran karyawan merupakan masalah utama bagi organisasi. Adanya konsekuensi negatif bagi organisasi menunjukkan urgensi dari permasalahan ini (Randhawa, 2007). Mathis dan Jackson (Mujiati & Dewi, 2016) menjelaskan bahwa terdapat faktor yang mempengaruhi keputusan karyawan untuk keluar dari perusahaan, antara lain: komponen organisasional, hubungan karyawan, peluang karir, penghargaan, rancangan tugas dan pekerjaan. Keinginan karyawan untuk pindah kerja bisa merusak kelancaran operasional perusahaan dan menimbulkan biaya tambahan (Toly, 2001). Hal ini termasuk biaya perekrutan karyawan baru, biaya seleksi, biaya pelatihan, dan kehilangan karyawan berbakat dalam bidangnya (Rianto, 2008; Robbins, 2009). Witasari (Mujiati & Dewi, 2016) menjelaskan jika tingkat pergantian karyawan melonjak, hal itu dapat membawa dampak buruk bagi perusahaan, seperti ketidakstabilan sumber daya manusia dan ketidakpastian di lingkungan kerja. Selain itu, hal tersebut juga dapat merusak reputasi perusahaan dan mengganggu keseimbangan organisasi secara keseluruhan (Stephanie, 2013).

Pada tahun 2024 *industrial and employee relation management Human Capital* PT. Hadji Kalla Toyota menerima informasi mengenai total data *turnover* yang dihasilkan oleh para karyawan. Masa bulan Januari sampai Mei dengan total di bulan Januari terdapat sebanyak 48 orang, Februari sebanyak 49 orang, Maret sebanyak 45 orang, April sebanyak 77 orang, dan Mei sebanyak 65 orang. Angka ini mengungkapkan bahwa perputaran karyawan PT. Hadji Kalla Toyota mengalami lonjakan *turnover* dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Tercatat Januari hingga Mei 2023 data *turnover* karyawan mencapai 201 dengan rata-rata per bulannya



sebanyak 40 orang. Angka ini mengalami kenaikan sebanyak kurang lebih 50 orang dengan rata-rata per bulannya sebanyak 55 orang.

Adanya kenaikan jumlah *turnover* dari tahun sebelumnya menunjukkan pentingnya dilakukan identifikasi penyebab terjadinya *turnover* karyawan Kalla Toyota agar tidak mengganggu keseimbangan organisasi secara keseluruhan. Oleh karena itu, tujuan dari kegiatan ini adalah untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang menyebabkan tingkat pergantian karyawan pada PT. Hadji Kalla Toyota mulai dari bulan Januari hingga Mei 2024 serta intervensi yang dapat dilakukan untuk menurunkan tingkat *turnover* karyawan.

METODE YANG DIGUNAKAN

Teknik pengumpulan data menggunakan teknik wawancara via telepon yang difasilitasi oleh kantor berdasarkan data yang dimiliki oleh Departemen HCBP Kalla Toyota. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Metode deskriptif kualitatif merupakan suatu metode yang menyajikan, mendeskripsikan, dan menjelaskan apa yang terjadi pada subjek penelitian berdasarkan situasi dan kondisi pada saat penelitian dilakukan (Sugiyono, 2017). Sampel pada penelitian ini merupakan karyawan yang terhitung mengundurkan diri dan PHK pada bulan Januari hingga Mei tahun 2024 sebanyak 284 orang.

Hasil wawancara dianalisis berdasarkan lima komponen yang menentukan karyawan dalam memutuskan apakah akan bertahan atau meninggalkan perusahaan oleh Mathis & Jackson (2009) untuk mengkategorisasi alasan atau penyebab keluarnya para karyawan PT. Hadji Kalla Toyota. Hasil analisis data akan digunakan untuk kebutuhan evaluasi perusahaan dan rancangan intervensi untuk menyelesaikan masalah ini.

Tahapan Kegiatan:

1. Pembuatan guideline wawancara : 09 - 10 Mei
2. Penarikan dan *cleaning* data *Turnover* : 08 Mei
3. Pelaksanaan Wawancara : 13 Mei - 07 Juni
4. Kategorisasi respon : 18 Mei - 07 Juni
5. Pengumpulan data Excel : 1 Juli
6. Pengumpulan laporan : 1 Juli

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Jumlah *Turnover* Setiap Cabang

| No | Unit Kerja | Jumlah |
|----|----------------------|--------|
| 1 | Alauddin | 14 |
| 2 | Bau-Bau | 7 |
| 3 | Bone | 13 |
| 4 | Bulukumba | 8 |
| 5 | Cokroaminoto | 41 |
| 6 | Daya | 5 |
| 7 | Finance | 1 |
| 8 | Gowa | 5 |
| 9 | Hertasning | 7 |
| 10 | Kendari 1 Ahmad Yani | 20 |
| 11 | Kendari 2 Tendean | 3 |
| 12 | Kendari 3 Anduonohu | 4 |

| | | |
|----|--------------------|----|
| 13 | Kolaka | 7 |
| 14 | Luwuk Banggai | 1 |
| 15 | Malili | 7 |
| 16 | Mamuju | 5 |
| 17 | Mari | 7 |
| 18 | Marketing | 1 |
| 19 | Maros | 10 |
| 20 | Otoxpert | 1 |
| 23 | Palu 2 Martadinata | 21 |
| 21 | Palopo | 6 |
| 22 | Palu 1 Juanda | 19 |
| 24 | Pare-Pare | 5 |
| 25 | Pinrang | 4 |
| 32 | Polman | 1 |
| 26 | Poso | 8 |
| 27 | Sengkang | 6 |
| 29 | Sidrap | 6 |
| 28 | Soppeng | 9 |
| 30 | Tator | 8 |
| 31 | Urip Sumoharjo | 23 |
| 33 | Used Car | 1 |

Berdasarkan data *turnover* karyawan Kalla Toyota periode Januari hingga Mei 2024 total karyawan yang mengalami *turnover* sebanyak 284 orang. Adapun 3 cabang yang memiliki tingkat frekuensi *turnover* paling tinggi adalah cabang cokroaminoto dengan jumlah karyawan sebanyak 41 orang. Kemudian di urutan kedua dan ketiga tertinggi ialah cabang Urip Sumoharjo dan Palu Martadinata dengan jumlah *turnover* masing-masing 23 dan 21 orang.

Tabel 2. Jumlah *Turnover* setiap bulan

| Bulan | Jumlah |
|--------------|------------|
| Januari | 48 |
| Februari | 49 |
| Maret | 45 |
| April | 77 |
| Mei | 65 |
| Total | 284 |

Data yang di dapat menunjukkan bahwa frekuensi *turnover* paling tinggi dialami pada bulan April sebanyak 77 orang. Kemudian urutan kedua dan ketiga tertinggi terjadi pada bulan Mei dan Februari dengan jumlah *turnover* sebesar 65 dan 49 orang. Berdasarkan data yang terkumpul juga menunjukkan bahwa dari 284 orang yang terdampak *turnover* sebanyak 249 merupakan *salesman* sedangkan 35 lainnya merupakan non *salesman*. Dari 284 orang yang mengalami *turnover* sebanyak 258 orang yang dihubungi untuk *exit interview*.

Hasil rekapitulasi wawancara pada periode januari sampai dengan mei 2024 terdapat 140 orang yang bersedia untuk diwawancarai, 21 orang yang tidak bersedia, 99 orang yang tidak merespon, 14 orang melakukan pelanggaran dan 10 orang yang pensiun. Adapun total keseluruhan rekapitulasi wawancara sebagai berikut.

Tabel 3. Hasil Rekapitulasi wawancara

| Kategori | Jumlah |
|------------------|------------|
| Bersedia | 140 |
| Tidak bersedia | 21 |
| Tidak ada respon | 99 |
| Pelanggaran | 14 |
| Pensiun | 10 |
| Total | 284 |

Tabel 4. Kategorisasi respon secara umum (*salesman* dan non *salesman*)

| Kategori | Jumlah |
|-------------------------------|------------|
| Alasan pribadi | 39 |
| Hubungan karyawan | 11 |
| Peluang karir dan organisasi | 24 |
| Penghargaan | 10 |
| Rancangan tugas dan pekerjaan | 52 |
| Tidak ada respon | 122 |
| Total | 258 |

Dari hasil *exit interview* menunjukkan bahwa faktor terbesar penyebab *turnover* Kalla Toyota ialah rancangan tugas dan pekerjaan. Rancangan tugas dan pekerjaan mencakup tanggung jawab pekerjaan, fleksibilitas kerja, kondisi kerja, dan fasilitas kerja yang diberikan. Rancangan tugas dan pekerjaan meliputi sifat dari tugas serta desain dari tugas. Beban tugas yang diberikan harus seimbang dengan kehidupan karyawan serta kondisi dan fasilitas yang diberikan untuk menunjang pekerjaan tersebut. Berdasarkan hasil wawancara diketahui bahwa sebanyak 52 orang terkendala dalam hal target yang harus dicapai. Terdapat beberapa alasan mengapa karyawan kesulitan mencapai target yang telah ditentukan, antara lain:

1. Persaingan sesama *salesman*.

Berdasarkan hasil *exit interview* menunjukkan kebanyakan karyawan mengeluhkan target yang susah dicapai terutama *salesman* akibat persaingan dengan sesama rekan kerja dan senior. Beberapa *salesman* mengaku bahwa ketatnya persaingan di dunia marketing membuat mereka tidak segan untuk saling menjatuhkan satu sama lain. Sebagian responden mengatakan bahwa sudah menjadi hal yang lumrah di kalangan *salesman* apabila sesama *salesman* mengambil customer *salesman* lain. Irvianti & Verina (2015) menjelaskan bahwa tuntutan tugas dan tekanan waktu karena deadline menyebabkan karyawan akan mengalami stres kerja. Adanya stres kerja yang dialami akan memicu intensi *turnover* karyawan.

2. Merasa tidak cocok dengan pekerjaan

Faktor terbesar lain penyebab karyawan tidak mampu mencapai target yang telah ditetapkan adalah ketidaksesuaian karyawan dengan bidang kerja. dari hasil wawancara terdapat beberapa karyawan yang merasa tidak cocok menjadi *salesman* sehingga memutuskan untuk keluar dari pekerjaan tersebut. Hal ini dijelaskan dalam Irvianti & Verina (2015) bahwa individu cenderung mencari pekerjaan lain yang sesuai dengan bidangnya apabila merasa tidak mengalami kemajuan di pekerjaan sebelumnya.



Faktor terbesar kedua penyebab *turnover* Kalla Toyota adalah karena alasan pribadi sebanyak 39 orang. Alasan pribadi mencakup geografis, keluarga, pendidikan, dan kesehatan. Harvida & Wijaya (2020) menjelaskan bahwa faktor individu dan faktor eksternal turut berperan dalam intensi *turnover* karyawan. Dukungan pasangan atau keluarga turut berperan dalam keputusan karyawan untuk meninggalkan perusahaan. Selain itu letak geografis juga ikut berperan menentukan intensi *turnover* karyawan. Abelson (Harvida & Wijaya, 2020) menjelaskan bahwa letak tempat kerja yang strategis berpengaruh terhadap intensi *turnover*.

Faktor terbesar ketiga penyebab *turnover* Kalla Toyota adalah karena peluang karir dan organisasi sebanyak 24 orang. peluang karir dan organisasi mencakup mendapatkan pekerjaan lain, komunitas pelatihan, pengembagangan dan bimbingan dan Perencanaan karir. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Esterlita dan Purba (2018) yang mengemukakan bahwa kesempatan karir merupakan hal yang utama, sehingga penting bagi perusahaan dan organisasi untuk mengembangkan kesempatan karir yang jelas dan sesuai dengan tujuan karir karyawan.

Tabel 5. Jumlah *Turnover* pada *salesman* magang dan JSE

| Kategori | Jumlah |
|--------------|------------|
| Magang | 157 |
| JSE | 81 |
| Total | 238 |

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa frekuensi *turnover* untuk *salesman* grade magang lebih tinggi dibanding *salesman* dengan grade *Junior salesman Executive* (JSE). Hal ini disebabkan oleh persaingan dan penghargaan. *Salesman* dengan grade magang mengeluhkan persaingan harga dengan senior. *Salesman* magang tidak berani memberikan harga terendah sebab pendapatan yang diterima tidak sebesar pendapatan JSE. Sebaliknya *Junior salesman Executive* (JSE) juga mengeluhkan persaingan, akan tetapi persaingan yang dirasakannya hanya sesama JSE. *Salesman* JSE lebih berani memberikan potongan lebih besar kepada customer karena pendapatan yang diterima lebih besar.

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa frekuensi *turnover* untuk *salesman* grade magang lebih tinggi dibanding *salesman* dengan grade JSE. Hal ini disebabkan banyaknya *salesman* JSE yang rela menutupi kekurangan penjualan dengan dana pribadi sebab menjual dengan harga terendah kepada customer. Sebaliknya *salesman* magang tidak berani memberikan harga terendah sebab gaji yang diterima tidak sebesar gaji JSE. Perbedaan potongan ini tentunya membuat customer lebih membeli di *salesman* yang memberikan harga terendah. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian serupa yang dilakukan oleh Liasani & Sadewo (2024) mengenai *salesman* makanan yang memaparkan bahwa target yang dibebankan *salesman* sebanyak 200 botol perhari, *salesman* tersebut mengaku bahwa hampir setiap hari nombok dan terkadang menjual dengan harga murah karena harus mencapai target dan jika tidak mencapai maka *salesman* lah yang akan membeli. Gaji yang diterima juga tidak sebanding dengan beban kerja disebabkan harus menutupi kekurangan.

Hasil wawancara juga menunjukkan bahwa customer lebih memilih dilayani dengan karyawan yang sudah memiliki *salesman experience*. Hal ini sejalan dengan yang dipaparkan oleh Utomo (2019) bahwa pengalaman seorang dalam memasarkan berpengaruh positif terhadap peningkatan kemampuan memasarkan. Peningkatan kemampuan ini berpengaruh positif dengan kinerja penjualan.

Hal ini dibuktikan dalam penelitian yang dilakukan oleh Zhang, dkk (2013) yang menunjukkan *salesman experience* berkorelasi positif dengan *salesman performance*.



Penelitian serupa juga dilakukan oleh Cicala, Smith & Bush (2012) yang menunjukkan bahwa pengalaman menjual menjadi parameter kompeten tidaknya seorang karyawan ketika menghadapi customer. Pengalaman tersebut nantinya akan menjadi pembelajaran dan mendorong para karyawan untuk mencapai target.

Intensi karyawan juga ditentukan oleh lama kerja karyawan. Hal ini terlihat dari data wawancara yang didapatkan yaitu sebanyak 200 karyawan yang keluar dengan lama kerja dibawah satu tahun dan sebanyak 49 karyawan yang keluar dengan lama kerja diatas 1 tahun. Sejalan dengan penelitian Ilham (2012) yang mengemukakan bahwa karyawan dengan masa kerja lebih singkat cenderung lebih banyak yang keluar dibandingkan karyawan dengan masa kerja yang lebih lama.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan 140 orang yang bersedia di wawancarai ditemukan faktor-faktor penyebab *turnover* Kalla Toyota yaitu rancangan tugas dan pekerjaan sebanyak 51 orang, diikuti oleh alasan pribadi sebanyak 34 orang dan peluang karir sebanyak 23 orang. Diketahui bahwa frekuensi *turnover* untuk *salesman* grade magang lebih tinggi yaitu sebanyak 77 orang dibandingkan *salesman* dengan grade JSE sebanyak 45 orang. Penyebab utama *salesman* magang dan JSE keluar disebabkan oleh rancangan tugas dan pekerjaan serta alasan pribadi. Adapun alasan utama pada *salesman* magang ialah persaingan harga dengan senior. *Salesman* magang tidak berani mengambil potongan harga dikarenakan pendapatan yang lebih rendah dibandingkan dengan *salesman* JSE. Sementara Junior *salesman* Executive (JSE) juga mengeluhkan persaingan antar *salesman* JSE. Saran yang dapat dilakukan untuk mengurangi tingkat *turnover* adalah perlunya regulasi dari perusahaan dengan memberikan standarisasi harga diskon agar tidak ada *salesman* yang memberikan harga rendah.

DAFTAR PUSTAKA

- Anastia, D., Adriani, Z., & Ratnawati, R. (2021). Pengaruh kepuasan kerja terhadap *turnover* intention pada karyawan *salesman* PT. Dipo Internasional Pahala Otomotif Jambi. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 9(2), 77-84.
- Cicala, J. E., Smith, R. K., & Bush, A. J. (2012). What Makes *Salesman* Presentations Effective – a Buyer-Seller Perspective. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 27(2), 78–88. <https://doi.org/10.1108/08858621211196958>
- Firdaus, A. (2017). Faktor-faktor yang mempengaruhi *turnover* intention (studi pada karyawan perusahaan jasa multi finance di kota jambi). *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 1(1), 1-9.
- Halimsetiono, E. (2014). Peningkatan komitmen organisasi untuk menurunkan angka *turnover* karyawan. *Kesmas*, 8(8), 339-345.
- Harvida, D. A., & Wijaya, C. (2020). Faktor Yang Mempengaruhi *Turnover* Karyawan dan Strategi Retensi Sebagai Pencegahan *Turnover* Karyawan: Sebuah Tinjauan Literatur. *JIANA (Jurnal Ilmu Administrasi Negara)*, 18(2), 13-23.
- Irvianti, L. S. D., & Verina, R. E. (2015). Analisis pengaruh stres kerja, beban kerja dan lingkungan kerja terhadap *turnover* intention karyawan pada PT XL Axiata Tbk Jakarta. *Binus Business Review*, 6(1), 117-126.
- Mujiati, N. W., & Dewi, A. A. S. K. (2016). Faktor-faktor yang menentukan intensi *turnover* karyawan dalam organisasi. *In Forum Manajemen (Vol. 14, No. 2, pp. 56-63)*.
- Randhawa G, 2007. Relationship Between Job Satisfaction and *Turnover* Intentions: An Empirical Analysis Indian Management Studies. *Journal no 11 p: 149-159 from www.snsup.ac.in/imsj/april 2007.8.*



- Riyanto, Makmun. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keinginan Karyawan Berpindah Kerja. *Ragam Jurnal Pengembangan Humaniora*, Vol.8 No.3, Desember 2008.
- Robbins Stephen P dan Timothy A Judge, 2009. Perilaku Organisasi. Edisi kedubelas. Jakarta: Salemba Empat.
- Stephanie Cinde Kanesworo, 2013. Pengaruh Kontrak Psikologis dan Ketidakpuasan Terhadap Intensi Turnover. Tesis. Program Pendidikan Psikologi Profesi Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada Yogyakarta.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R%D.
- Toly, Agus Arianto. 2001. Analisis FaktorFaktor Yang Mempengaruhi *Turnover* Intentions Pada Staf Kantor Akuntan Publik. *Journal Akuntansi & Keuangan* Vol.3, No.2, November: 102-125.
- Utomo, E. A. (2019). Identifikasi Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Salesman* Performance pada Perusahaan Media Periklanan : Studi Empirik pada Tenaga Penjual di RCTI. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan (JEBIK)*. 8(1). 81-93.
- Zhang, A. L., Baxter, R., & S.Glynn, M. (2013). How *Salesman*people Facilitate Buyers' Resource Availability to Enhance Seller Outcomes. *Industrial Marketing Management*, 42(7), 1121–1130. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2013.07.004>.