

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pekerja tidak hanya memiliki peran sebagai penggerak dalam organisasi, tetapi juga menghabiskan sebagian besar waktu dalam kehidupannya untuk bekerja. Dalam satu hari kerja, waktu yang digunakan untuk bekerja dapat mencapai sekitar separuh dari keseluruhan waktu terjaga individu (Biskup et al., 2019). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pengalaman yang diperoleh selama bekerja dapat memberikan pengaruh terhadap kualitas kehidupan individu secara keseluruhan. Bekerja juga tidak hanya dilakukan untuk memperoleh penghasilan, tetapi dapat menjadi sarana bagi individu untuk mengaktualisasikan diri, membentuk identitas, serta memberikan kontribusi terhadap lingkungan dan organisasi tempatnya bekerja (Rosso et al., 2010). Dalam pelaksanaannya, pekerjaan sering kali dihadapkan pada berbagai tuntutan, seperti kecepatan dalam menyelesaikan pekerjaan, pencapaian target, tuntutan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan, serta kemampuan untuk menyesuaikan diri dengan berbagai perubahan. Berbagai tuntutan tersebut membuat pekerjaan menjadi bagian yang cukup penting dalam kehidupan psikologis individu. Apabila tuntutan pekerjaan tidak diimbangi dengan pengalaman kerja yang positif, pekerjaan dapat menjadi sumber tekanan yang berdampak pada kondisi psikologis dan kehidupan pribadi pekerja. Oleh karena itu, happiness at work menjadi salah satu hal yang penting untuk diperhatikan dalam kehidupan kerja individu. Happiness at work tidak hanya berkaitan dengan perasaan positif yang dirasakan pekerja ketika menjalankan pekerjaannya, tetapi juga

berhubungan dengan kesejahteraan individu dalam menjalani kehidupan kerja. Hal ini menjadi penting karena sebagian besar waktu individu dihabiskan dalam lingkungan pekerjaan (Biskup et al., 2019). Dari sisi organisasi, kebahagiaan karyawan juga perlu diperhatikan karena kondisi tersebut dapat memberikan kontribusi terhadap berbagai aspek dalam pekerjaan. Karyawan yang memiliki tingkat kebahagiaan kerja yang lebih baik cenderung dapat memberikan kontribusi positif terhadap produktivitas, kreativitas, dan loyalitas terhadap organisasi (Salas-Vallina & Alegre, 2021).

Happiness at work merupakan sebuah teori yang mencerminkan evaluasi positif individu terhadap pekerjaan dan organisasinya, yang tergambar dari kepuasan kerja, keterlibatan kerja, serta ikatan emosional karyawan terhadap organisasi tempatnya bekerja. Merujuk pada definisi tersebut, sejumlah kajian literatur turut mengidentifikasi faktor-faktor yang mendasari munculnya *happiness at work* (Fisher, 2010). *Happiness at work* dipengaruhi oleh tiga kelompok faktor, yaitu faktor individual, karakteristik pekerjaan, dan kondisi organisasi, termasuk di dalamnya keseimbangan kehidupan-kerja (*work-life balance*), dukungan rekan kerja, serta kesempatan untuk berkembang sebagai aspek-aspek yang berperan penting dalam membentuk kebahagiaan kerja karyawan (Sender et al., 2021). Dengan demikian, *happiness at work* tidak muncul secara spontan, melainkan merupakan hasil dari terpenuhinya sejumlah kebutuhan psikologis dan kondisi kerja tertentu yang bersifat spesifik bagi setiap individu maupun kelompok pekerja termasuk kelompok pekerja yang berasal dari generasi berbeda.

Kebutuhan dan kondisi kerja pada setiap generasi memiliki karakteristik yang berbeda. Salah satu generasi yang saat ini mendominasi dunia kerja adalah Generasi Z. Generasi Z merupakan individu yang lahir setelah tahun 1995 hingga sekitar tahun 2012 dan tumbuh bersamaan dengan perkembangan teknologi digital yang pesat sehingga dikenal sebagai digital *native* (Bulut & Maraba, 2021), selain itu generasi Z memiliki cara pandang yang berbeda terhadap pekerjaan dibandingkan generasi sebelumnya, lebih menghargai fleksibilitas, kesempatan untuk berkembang, lingkungan kerja yang mendukung, keseimbangan kehidupan-kerja, serta pekerjaan yang memiliki makna bagi diri mereka (Bulut & Maraba, 2021; Syahlidi et al., 2026). Merujuk pada faktor-faktor pembentuk *happiness at work* yang telah diuraikan sebelumnya, tampak bahwa kebutuhan Generasi Z tersebut sejalan dengan apa yang secara teoretis diyakini mampu meningkatkan kebahagiaan kerja. Kesesuaian ini menjadikan isu *happiness at work* pada Generasi Z semakin relevan untuk dikaji, terlebih mengingat generasi ini diproyeksikan menjadi salah satu kelompok terbesar dalam angkatan kerja masa depan (Aggarwal et al., 2022; Kim & Park, 2024; Syahlidi et al., 2026), sehingga organisasi perlu memahami secara lebih mendalam bagaimana kebutuhan tersebut dapat dipenuhi.

Pada saat ini industri *Food and Beverage* (F&B) berkembang dengan pesat, industri ini merupakan sektor jasa yang terus berkembang dan menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar, termasuk Generasi Z (Syukur & Salim, 2025). Karakteristik pekerjaan di industri F&B dapat diidentifikasi melalui tiga tuntutan operasional utama yaitu *service consistency* keharusan memberikan pelayanan dengan standar yang stabil meski dalam kondisi tekanan waktu, *pace of work*

kecepatan kerja tinggi akibat volume pelanggan dan waktu penyajian yang terbatas dan *interpersonal demand* interaksi intensif dengan pelanggan berkarakter beragam serta koordinasi tim untuk menjaga kualitas layanan (Syukur & Salim, 2025). Karakteristik inilah yang menjadikan sektor ini banyak diminati Generasi Z, dan diproyeksikan akan semakin didominasi oleh generasi ini sebagai bagian utama angkatan kerja hotel dan restoran dalam beberapa tahun mendatang (Wongprasurt & Lee, 2024). Namun demikian, ketiga tuntutan operasional tersebut berpotensi menciptakan kesenjangan antara kebutuhan psikologis Generasi Z untuk mengalami *happiness at work* yang secara teoretis mencakup kebutuhan akan otonomi, keseimbangan beban kerja, dan koneksi bermakna dengan pekerjaan dengan realitas kerja yang menuntut kecepatan tinggi dan intensitas interaksi yang padat.

Berdasarkan hasil laporan *Workplace Happiness Index Indonesia 2025-2026* yang dirilis oleh *Jobstreet by SEEK* terhadap 1.000 responden lintas generasi menunjukkan bahwa Generasi Z merupakan kelompok dengan tingkat kebahagiaan kerja terendah, yaitu sebesar 76%, dibandingkan Generasi Milenial (84%) dan Generasi X (85%) (*Jobstreet by SEEK*, 2026). Temuan ini mengonfirmasi bahwa meskipun secara teoretis telah diketahui faktor-faktor pembentuk *happiness at work*, pada praktiknya Generasi Z justru menjadi kelompok yang paling rentan tidak merasakan kebahagiaan tersebut dalam bekerja.

Kesenjangan tersebut dilihat dari berbagai perilaku kerja yang muncul di kalangan Generasi Z. Dari sisi keterlibatan kerja, fenomena yang paling banyak disorot adalah *quiet quitting*, yaitu perilaku karyawan yang tetap bekerja namun

membatasi diri hanya pada tugas minimum sesuai kewajiban formal, tanpa inisiatif tambahan maupun keterlibatan emosional terhadap pekerjaannya (Elliza Noor Prabandhini & Widi Fajar Widyatmoko, 2025). Pada sektor *hospitality* yang berdekatan dengan F&B, penelitian (Prakasa et al., 2025) terhadap karyawan Generasi Z di salah satu hotel berbintang di Bali menemukan pola serupa, yaitu karyawan yang bekerja sebatas pemenuhan tugas formal tanpa disertai keterlibatan emosional terhadap organisasi sebagai respons terhadap tuntutan jam kerja yang panjang. Selain pada *engagement*, dari sisi kepuasan kerja (*job satisfaction*), ketidakpuasan Generasi Z cenderung termanifestasi dalam perilaku aktif berpindah kerja alih-alih bertahan sambil menoleransi kondisi yang dirasa tidak sesuai; penelitian pada karyawan Generasi Z di sektor F&B Surabaya menemukan bahwa buruknya keseimbangan kehidupan kerja secara signifikan mendorong niat berpindah kerja. Pada saat yang sama, dari sisi ikatan emosional terhadap organisasi (*affective organizational commitment*), rendahnya komitmen tergambar baik melalui penarikan keterlibatan emosional pada karyawan yang bertahan karena keterpaksaan (finansial atau minimnya alternatif pekerjaan), maupun melalui keputusan *resign* yang didorong oleh kurangnya pengakuan, beban kerja yang tidak proporsional, jalur karier yang tidak jelas, serta ketidaksesuaian nilai pribadi dengan budaya organisasi (Anwar & Prasetyo, 2026). Ketiga perilaku tersebut menjadi bukti nyata bahwa *happiness at work* pada Generasi Z bukan sekadar isu teoretis, melainkan persoalan yang benar-benar dihadapi dalam pekerjaan sehari-hari, khususnya di sektor bertuntutan tinggi seperti F&B.

Berdasarkan hasil studi sebelumnya *happiness at work* memiliki peran bagaimana pekerja menjalani, memaknai, dan bertahan dalam pekerjaannya dalam jangka panjang. Upaya untuk memperbaiki kondisi tersebut tidak selalu harus berasal dari perubahan besar yang dilakukan oleh organisasi. Berbagai penelitian memperlihatkan bahwa pekerja memiliki kemampuan untuk secara aktif membentuk ulang pekerjaannya agar lebih sesuai dengan nilai dan kebutuhan pribadinya, yang dikenal dengan istilah *job crafting*. (Tims et al., 2012a) mendefinisikan *job crafting* sebagai perubahan yang dilakukan karyawan secara proaktif terhadap tuntutan (*job demands*) dan sumber daya (*job resources*) pekerjaannya, yang tercermin dalam empat dimensi, yaitu meningkatkan sumber daya struktural pekerjaan (*increasing structural job resources*), meningkatkan sumber daya sosial pekerjaan (*increasing social job resources*), meningkatkan tuntutan pekerjaan yang menantang (*increasing challenging job demands*), serta menurunkan tuntutan pekerjaan yang menghambat (*decreasing hindering job demands*).

Hubungan variabel *Job crafting* dan *Happiness At Work* dapat dijelaskan melalui teori *Job Demands Resource (JDR Theory)*. Teori ini memandang setiap pekerjaan tersusun dari dua karakteristik utama *job demands*, yaitu aspek pekerjaan yang menuntut usaha fisik maupun psikologis dan berpotensi menimbulkan kelelahan, serta *job resources*, yaitu aspek pekerjaan yang membantu individu mencapai tujuan kerja, meredam dampak dari tuntutan pekerjaan, dan mendorong pertumbuhan pribadi (Bakker & Demerouti, 2007). Ketika *job resources* tersedia secara memadai, hal ini memicu proses motivasional yang mendorong *work*

engagement, sementara *job demands* yang berlebihan tanpa diimbangi *resources* yang cukup justru memicu proses gangguan kesehatan yang menggerus kesejahteraan karyawan (Bakker & Demerouti, 2007).

Job crafting (Tims et al., 2012) merupakan bentuk nyata dari kerangka JD-R itu sendiri karyawan secara proaktif menambah *job resources* dan tuntutan yang menantang, sekaligus mengurangi *job demands* yang bersifat menghambat. *Resources* yang tumbuh dari perilaku ini pada gilirannya mendorong peningkatan *work engagement* dan kepuasan kerja (Demerouti & Bakker, 2017; Tims et al., 2012), dan *engagement* tersebut kemudian ikut menjembatani munculnya ikatan emosional karyawan terhadap organisasinya atau *affective commitment* (Hara et al., 2021). Ketiga komponen *happiness at work* menurut (Fisher, 2010) kepuasan kerja, keterlibatan, dan ikatan emosional terhadap organisasi pada dasarnya bersumber dari proses *motivasional* dalam JD-R yang sama. *Work engagement* berperan sebagai jalur utama, sedangkan dua komponen lainnya merupakan dampak yang mengikutinya. kepuasan kerja, keterlibatan, dan ikatan emosional terhadap organisasi sama-sama dapat ditelusuri akarnya pada proses *motivasional* dalam JD-R, dengan *work engagement* sebagai jalur utamanya dan dua komponen lain mengikuti sebagai dampak lanjutannya.

Beberapa penelitian menunjukkan perilaku proaktif dalam membentuk pekerjaan menciptakan pengalaman kerja yang lebih bermakna sehingga meningkatkan kebahagiaan selama bekerja (Moulik & Giri, 2023). Pada sektor jasa lainnya di beberapa negara terdapat hubungan positif antara *job crafting* dan *happiness at work* (Alharthi et al., 2023; Chang et al., 2020; Hamid, 2025).

Karyawan yang memiliki kemampuan menyesuaikan diri dengan pekerjaannya, kebutuhan, dan tujuan pribadi cenderung memiliki pengalaman kerja yang lebih positif dan kesejahteraan psikologis yang lebih baik (Hamid, 2025). Hasil penelitian Amanatullah & Tiarapuspa (2025) semakin tinggi *job crafting* karyawan, akan berdampak kepada *happiness at work*.

Berdasarkan dari kajian diatas penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah *job crafting* yang telah terbukti berpengaruh terhadap kebahagiaan kerja pada berbagai populasi lain turut menunjukkan pengaruh yang serupa apabila diterapkan pada konteks industri F&B, sebuah sektor yang secara karakteristik menuntut kerja tinggi dan belum banyak dikaji secara khusus dalam kaitannya dengan *job crafting* dan *happiness at work*. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian mengenai pengaruh *job crafting* terhadap *happiness at work* pada karyawan Generasi Z di industri *Food and Beverage* menjadi penting untuk dilakukan guna mengisi kekosongan tersebut, sekaligus memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu Psikologi Industri dan Organisasi serta menjadi masukan bagi organisasi F&B dalam merancang strategi pengelolaan sumber daya manusia yang sesuai dengan karakteristik Generasi Z. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh *Job Crafting* terhadap *Happiness at Work* pada Karyawan Generasi Z di Industri *Food and Beverage*."

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dari penelitian ini adalah “Apakah terdapat pengaruh *Job crafting* terhadap *happiness at work* pada karyawan Generasi Z di industri *Food and Beverage*?”

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Job crafting* terhadap *happiness at work* pada karyawan Generasi Z di industri *Food and Beverage*.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Dari sisi teoretis, penelitian ini diharapkan turut memberikan sumbangan bagi perkembangan ilmu psikologi industri dan organisasi, khususnya yang berkaitan dengan konsep *job crafting* dan *happiness at work*. Lebih lanjut, penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan keilmuan mengenai keterkaitan antara perilaku *job crafting* yang ditunjukkan karyawan dengan tingkat kebahagiaan kerja yang dirasakannya, terutama pada kelompok generasi Z yang memiliki ciri khas dan cara pandang terhadap pekerjaan yang berbeda dari generasi-generasi sebelumnya. Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memperluas pemahaman mengenai relevansi teori *Job crafting* dalam konteks industri *Food and beverage* (F&B), yang selama ini masih terbatas kajiannya dibandingkan dengan sektor industri lain. Lebih lanjut, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan referensi, rujukan, serta dasar pijakan bagi peneliti-peneliti selanjutnya yang tertarik untuk mengembangkan atau memperdalam kajian mengenai hubungan antara *Job crafting* dan *happiness at work*, sehingga dapat memperkuat dan melengkapi temuan-temuan empiris yang telah ada sebelumnya.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan/Industri F&B

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran dan informasi kepada manajemen perusahaan mengenai pentingnya *Job crafting* dalam meningkatkan *happiness at work* karyawan, khususnya generasi Z. Hasil penelitian ini juga dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak manajemen dalam merancang kebijakan sumber daya manusia (SDM) yang mendukung karyawan untuk melakukan *Job crafting*, seperti pemberian otonomi kerja yang lebih besar, serta membantu perusahaan dalam menyusun strategi pengelolaan karyawan generasi Z agar tercipta lingkungan kerja yang lebih positif, produktif, dan berkelanjutan.

b. Bagi Karyawan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman kepada karyawan, khususnya generasi Z, mengenai pentingnya melakukan *Job crafting* sebagai upaya untuk meningkatkan kebahagiaan dan kepuasan dalam bekerja. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat menjadi bahan evaluasi diri bagi karyawan untuk lebih proaktif dalam membentuk ulang pekerjaannya agar sesuai dengan nilai, minat, dan kemampuan pribadi.

c. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengalaman peneliti dalam menerapkan ilmu psikologi, khususnya psikologi industri dan organisasi, ke dalam permasalahan nyata di dunia kerja. Penelitian ini juga menjadi sarana bagi peneliti untuk

mengaplikasikan metode penelitian kuantitatif dalam mengkaji hubungan antar variabel psikologis di lingkungan kerja.

E. Keaslian Penelitian

Berbeda dari penelitian-penelitian sebelumnya, penelitian ini secara spesifik meneliti mengenai *Job crafting* dan *happiness at work*. Adapun beberapa penelitian sebelumnya yang relevan dengan penelitian ini diantaranya:

1. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Moulik & Giri, 2023) dengan judul "*Job crafting for Workplace Happiness: A Study of Millennials Across Indian Service Sectors*" bertujuan untuk menguji pengaruh *Job crafting* terhadap workplace happiness pada karyawan generasi milenial di sektor jasa India. Penelitian ini menggunakan konsep *Job crafting* berdasarkan *Job Demands-Resources (JD-R)* Model yang terdiri atas dimensi *increasing structural Job Resources*, *increasing social Job Resources*, *increasing challenging Job Demands*, dan *decreasing hindering Job Demands*, serta konsep *Workplace Happiness* menurut (Fisher, 2010) yang meliputi *work engagement*, *affective organizational commitment*, dan *Job satisfaction*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei. Populasi penelitian adalah karyawan milenial yang bekerja pada sektor IT dan ITES, telekomunikasi, serta perbankan di India. Sampel penelitian berjumlah 310 responden yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner. Analisis data dilakukan menggunakan *Structural Equation Modeling (SEM)*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Job crafting* berpengaruh positif terhadap *workplace happiness*. Dimensi peningkatan sumber daya struktural berpengaruh terhadap

kepuasan kerja dan *work engagement*, sedangkan peningkatan sumber daya sosial serta pencarian tantangan kerja berpengaruh terhadap komitmen organisasi dan *work engagement*. Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian ini terletak pada karakteristik responden dan konteks penelitian. Penelitian Moulik dan Giri menggunakan responden generasi milenial di sektor jasa India, sedangkan penelitian ini berfokus pada karyawan Generasi Z di Indonesia sehingga diharapkan memberikan bukti empiris yang lebih sesuai dengan karakteristik tenaga kerja Generasi Z.

2. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Hamid, 2025) dengan judul "*The Effects of Servant Leadership and Despotic Leadership on Employees' Happiness at work (HAW): The Role of Job crafting*" bertujuan untuk menguji pengaruh *servant leadership* dan *Despotic Leadership* terhadap *happiness at work* melalui *Job crafting* sebagai variabel mediasi. Penelitian ini menggunakan *Conservation of Resources (COR) Theory* sebagai landasan teori. *Happiness at work* diukur berdasarkan konsep (Fisher, 2010) yang terdiri atas *work engagement*, *Job satisfaction*, dan *affective organizational commitment*. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan melibatkan 309 karyawan di Pakistan. Data dianalisis menggunakan *Structural Equation Modeling (SEM)*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *servant leadership* berpengaruh positif terhadap *happiness at work* melalui *Job crafting*, sedangkan *Despotic Leadership* berpengaruh negatif terhadap *happiness at work* melalui *Job crafting*. Temuan tersebut membuktikan bahwa *Job crafting* menjadi mekanisme penting yang menjelaskan pengaruh gaya kepemimpinan terhadap

kebahagiaan kerja karyawan. Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian ini terletak pada model penelitian. Penelitian Hamid menempatkan *Job crafting* sebagai variabel mediasi, sedangkan penelitian ini menempatkan *Job crafting* sebagai variabel independen yang secara langsung memengaruhi *happiness at work* pada karyawan Generasi Z.

3. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Asfo et al., 2026) dengan judul "*Job crafting among Gen Z Employees: Antecedents and Outcomes*" bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Perceived Organizational Support* dan *Proactive Personality* terhadap *Job crafting*, serta dampaknya terhadap *Work engagement* dan *Workplace Happiness* pada karyawan Generasi Z di Indonesia. Penelitian ini menggunakan *Job Demands-Resources* (JD-R) Model sebagai dasar teoritis. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain *explanatory survey* terhadap 390 karyawan Generasi Z dari berbagai sektor industri di Indonesia. Analisis data dilakukan menggunakan *Partial Least Squares-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Perceived Organizational Support* dan *Proactive Personality* berpengaruh positif terhadap *Job crafting*, serta *Job crafting* berpengaruh positif terhadap *Work engagement* dan *Workplace Happiness*. Selain itu, *Job crafting* berperan sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara sumber daya organisasi dan kesejahteraan karyawan. Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian ini terletak pada kompleksitas model penelitian. Penelitian Asfo dkk. menguji beberapa variabel *antecedent* dan *outcome* sekaligus, sedangkan penelitian ini hanya memfokuskan pada pengaruh langsung *Job crafting*

terhadap *happiness at work* sehingga hubungan antarvariabel dapat dijelaskan secara lebih spesifik.

4. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Amanatullah & Tiarapuspa, 2025) dengan judul "*Despotic Leadership, Job crafting, dan Emotional Intelligence dalam Happiness at work di Yokogawa Indonesia*" bertujuan untuk menguji pengaruh *Despotic Leadership*, *Job crafting*, dan *perceived manager's emotional intelligence* terhadap *happiness at work* pada karyawan PT Yokogawa Indonesia. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan melibatkan 92 karyawan tetap sebagai responden. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner skala Likert dan dianalisis menggunakan analisis regresi berganda dengan bantuan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Despotic Leadership* berpengaruh negatif terhadap *happiness at work*, sedangkan *Job crafting* dan *emotional intelligence* berpengaruh positif terhadap *happiness at work*. Penelitian ini menegaskan bahwa kebebasan karyawan dalam melakukan *Job crafting* mampu meningkatkan kebahagiaan kerja. Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian ini terletak pada variabel yang digunakan. Penelitian Tiarapuspa dan Amanatullah menggunakan tiga variabel independen secara bersamaan, sedangkan penelitian ini hanya berfokus pada pengaruh *Job crafting* terhadap *happiness at work* sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih mendalam mengenai kontribusi *Job crafting* terhadap kebahagiaan kerja karyawan Generasi Z.
5. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Jayanti & Nicholas Simarmata, 2025) dengan judul "*Hubungan Efikasi Diri dan Job crafting dengan Work*

engagement pada Karyawan" bertujuan untuk mengkaji hubungan efikasi diri dan *Job crafting* terhadap *work engagement* pada karyawan. Penelitian ini menggunakan metode *literature review* dengan mengumpulkan dan menganalisis berbagai hasil penelitian terdahulu mengenai hubungan antarvariabel. Konsep *Job crafting* mengacu pada (Tims & Bakker, 2010; Wrzesniewski & Dutton, 2001), sedangkan *work engagement* mengacu pada konsep Schaufeli dan Bakker yang terdiri atas *vigor*, *dedication*, dan *absorption*. Hasil kajian menunjukkan bahwa *Job crafting* memiliki hubungan positif dengan *work engagement*, di mana karyawan yang mampu menyesuaikan pekerjaannya cenderung memiliki keterikatan kerja yang lebih tinggi. Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian ini terletak pada jenis penelitian dan variabel dependen yang digunakan. Penelitian Jayanti merupakan studi *literature review* dengan fokus pada *work engagement*, sedangkan penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif empiris yang berfokus pada pengaruh *Job crafting* terhadap *happiness at work* pada karyawan Generasi Z.