



DOI: <https://doi.org/10.38035/jimt.v7i6>
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Employee Engagement dan Satisfaction terhadap Company Sustainability: Peran Loyalty sebagai Mediasi

Aries Munandar¹, Sandriana Marina², Olfebri³

¹Institut Transportasi dan Logistik Trisakti, Jakarta, Indonesia, ariesmunandar4471@gmail.com

²Institut Transportasi dan Logistik Trisakti, Jakarta, Indonesia, sandrianamarina09@gmail.com

³Institut Transportasi dan Logistik Trisakti, Jakarta, Indonesia, olfebri1@gmail.com

Corresponding Author: ariesmunandar4471@gmail.com¹

Abstract: *This study aims to examine the influence of employee engagement and employee satisfaction on employee loyalty, as well as their subsequent impact on company sustainability. The research was conducted within ground handling companies in Jakarta. The methodology employed is a quantitative approach with an associative research design. The population of this study comprises all employees working at PT Prathita Titian Nusantara, PT Celebi Aviation Indonesia, PT Jasa Angkasa Semesta, Tbk., and PT Gapura Angkasa in Jakarta. The sample selection criteria target the staff and managerial clusters across these four ground handling enterprises, yielding a total sample size of 225 respondents. Data analysis was executed using Structural Equation Modeling (SEM) powered by SmartPLS (Partial Least Square). The empirical findings demonstrate that both employee engagement and employee satisfaction exert a positive effect on employee loyalty and company sustainability. Furthermore, employee loyalty positively influences company sustainability and serves as a vital mediating variable in the relationships connecting employee engagement and employee satisfaction to company sustainability*

Keywords: *Employee engagement, Employee satisfaction, Employee loyalty, Company sustainability*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Employee engagement* dan *Employee satisfaction* terhadap *Employee loyalty* serta dampaknya pada *Company sustainability*. Penelitian dilakukan pada Perusahaan Ground Handling di Jakarta. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah semua karyawan yang bekerja pada PT Prathita Titian Nusantara dan PT Celebi Aviation Indonesia, PT Jasa Angkasa Semesta, Tbk., dan PT Gapura Angkasa di Jakarta. Kriteria penentuan sampel penelitian adalah kluster staff dan manajer di 4 (empat) perusahaan *ground handling* tersebut sebanyak 225 responden. Analisis data menggunakan SEM (*Structural Equation Model*) dengan menggunakan SmartPLS (*Partial Least Square*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa bahwa *employee engagement* dan *employee satisfaction* berpengaruh positif terhadap *employee loyalty* juga berpengaruh positif terhadap *company sustainability*. Selain itu, *employee loyalty* juga berpengaruh positif terhadap *company sustainability*.

sustainability serta berperan sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara *employee engagement* dan *employee satisfaction* terhadap *company sustainability*.

Kata Kunci: *Employee engagement, Employee satisfaction, Employee loyalty, Company sustainability*

PENDAHULUAN

Di Indonesia sendiri urgensi pengembangan perusahaan berkelanjutan semakin mengemuka seiring diberlakukannya berbagai regulasi seperti POJK 51/2017 tentang Keuangan Berkelanjutan dan meningkatnya komitmen nasional terhadap Sustainable Development Goals (SDGs). Perusahaan yang berkelanjutan adalah pendekatan yang ditujukan untuk menghasilkan nilai jangka panjang bagi pihak-pihak yang berkepentingan melalui strategi bisnis yang fokus pada aspek etika, tanggung jawab sosial, kepemimpinan lingkungan, kepekaan budaya, dan kelayakan ekonomi saat menjalankan bisnis mereka. Strategi yang disusun itu bertujuan untuk mendukung kelangsungan hidup yang lama, keterbukaan, dan pengembangan karyawan yang sesuai dalam organisasi bisnis. Sehingga dengan begitu maka perusahaan akan memiliki prinsip-prinsip dan juga kepiawaian untuk mewujudkan keberlanjutan itu.

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan *ground handling* seperti PT Prathita Titianusantara (PTN), PT Celebi Aviation Indonesia (CAI), PT Jasa Angkasa Semesta, Tbk. (JAS), dan PT Gapura Angkasa (Gapura). PTN dan CAI merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang usaha *Ground Handling* profesional dan bersertifikat serta menyediakan jasa pelayanan bagi maskapai penerbangan di seluruh Indonesia. PT Jasa Angkasa Semesta Tbk (JAS Airport Services) juga merupakan salah satu perusahaan penyedia layanan *ground handling* dan kargo udara terbesar di Indonesia. Keberadaan JAS tidak hanya berkontribusi terhadap kelancaran industri penerbangan nasional, tetapi juga memberikan nilai strategis bagi perekonomian melalui peningkatan efisiensi logistik udara, layanan pelanggan premium, serta penciptaan lapangan kerja dengan jumlah karyawan mencapai ribuan orang. (JAS, 2025). Selain itu, PT Gapura Angkasa juga merupakan salah satu perusahaan penyedia layanan *ground handling* terbesar di Indonesia dituntut tidak hanya menjaga kualitas layanan dan ketepatan waktu, tetapi juga memastikan keberlanjutan operasional melalui inovasi, digitalisasi, dan praktik tata kelola yang baik (Gapura, 2025).

Keberlanjutan perusahaan dalam penelitian ini diduga dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor kualitas SDM pada karyawan seperti *employee loyalty, employee engagement, dan employee satisfaction*. *Employee loyalty* adalah ketika seorang karyawan merasa terikat dengan organisasi dan berkomitmen untuk tetap menjadi anggotanya. Dengan kata lain, loyalitas muncul ketika karyawan dan organisasi memiliki tujuan yang sama, sehingga memungkinkan tumbuhnya rasa kesetiaan pada karyawan. Adanya kesamaan tujuan antara karyawan dan organisasi dapat mengembangkan rasa memiliki dan tanggung jawab yang mengarah pada tingkat loyalitas yang lebih tinggi. (Robbins & Judge, 2018). Karyawan yang memiliki loyalitas tinggi terhadap perusahaan, memiliki keinginan untuk tetap bekerja dengan penuh semangat, fokus pada pekerjaan, bersedia mengikuti, melaksanakan semua pekerjaan yang menjadi tanggung jawabnya dan mendukung semua perubahan yang terjadi pada perusahaan untuk lebih berkembang. Sehingga, loyalitas karyawan yang tinggi diprediksi berkontribusi baik pada keberlanjutan perusahaan.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Dawra et al., (2022) yang menyatakan bahwa *employee loyalty* berpengaruh signifikan terhadap *company sustainability*. Dalam penelitiannya *employee loyalty* digunakan sebagai variabel mediasi diantara variabel lainnya. Selanjutnya Sudarmo et al., (2022) juga menyatakan bahwa *employee loyalty* berpengaruh signifikan terhadap *company sustainability*. Dalam penelitiannya *employee loyalty*

diklasifikasi menjadi beberapa variabel yang lebih spesifik untuk mengukur pengaruhnya terhadap *company sustainability*.

Employee loyalty berfungsi sebagai dampak dari *engagement* dan *satisfaction* yang kemudian berkontribusi langsung pada keberlanjutan perusahaan. *Employee engagement* adalah mereka yang secara individu ikut serta, puas, dan bersemangat dalam melakukan pekerjaan mereka (Robbins & Judge, 2018). Penelitian yang dilakukan secara kualitatif oleh Schaufeli, (2017) memberikan penjelasan mengenai karyawan yang *engaged* biasanya mempunyai semangat yang tinggi dan rasa percaya diri yang berasal dari berbagai pengalaman yang mempengaruhi mereka. Karyawan yang *engaged* biasanya menerima banyak umpan balik positif, seperti apresiasi dan pengakuan atas kinerja mereka yang baik. Mereka sering dipuji dan diapresiasi oleh atasan dan rekan kerja, sehingga mendorong mereka untuk terus memberikan yang terbaik dan merasa dihargai dalam pekerjaannya. Banyak orang yang diwawancarai menunjukkan semangat dan gairah mereka juga di luar pekerjaan, seperti saat berolahraga, menekuni hobi, dan berkegiatan sukarela.

Tingginya tingkat *employee engagement* yang dimiliki oleh seorang karyawan dapat menjadikan karyawan bekerja dengan lebih baik, memperhatikan proses kerja, mau bekerja dengan maksimal untuk organisasi, merasa menjadi bagian organisasi dan bersedia maju bersama organisasi sehingga hal ini dapat meningkatkan *employee loyalty* dan *company sustainability*.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Abror et al., (2020), Basheer et al., (2019), Setyadi & Sartika, (2023) yang menyatakan bahwa *employee engagement* berpengaruh signifikan terhadap *employee loyalty*. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Obialor et al., (2022), Temel et al., (2022) menyatakan bahwa *employee engagement* berpengaruh signifikan terhadap *company sustainability*. Hasil penelitian-penelitian tersebut merupakan pengaruh langsung variabel *employee engagement* dengan *employee loyalty* dan *company sustainability* tanpa variabel mediasi.

Employee satisfaction merupakan faktor lain yang dapat mempengaruhi *employee loyalty* dan *company sustainability*. Kepuasan kerja karyawan merupakan keadaan emosional yang menyenangkan atau tidak menyenangkan dengan mana para karyawan memandang pekerjaan mereka (Handoko, 2012). Karyawan yang merasa puas dengan pekerjaannya cenderung menunjukkan komitmen afektif yang tinggi, sehingga akan timbul rasa loyalitas karena karyawan merasakan adanya kesesuaian antara mereka dengan perusahaan. Kepuasan karyawan tidak hanya berdampak pada loyalitas, tetapi juga pada keberlanjutan perusahaan (*company sustainability*). Karyawan yang puas akan bekerja lebih produktif, dalam berkontribusi positif pada pencapaian tujuan perusahaan. Produktivitas yang tinggi menjadi salah satu elemen penting dalam menjaga daya saing organisasi.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Hartika et al., (2023), Sypniewska et al., (2023), dan Frempong et al., (2018) yang dimana penelitiannya menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara *employee satisfaction* dengan *employee loyalty*. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Lange, (2021), Adhihusada & Gunawan, (2025) dan Pandey & Khare, (2012) menghasilkan temuan bahwa *employee satisfaction* memberi pengaruh kepada *company sustainability*.

Tingkat persaingan usaha yang terjadi pada semua sektor industri *ground handling* menjadi semakin ketat. Perusahaan saling berlomba untuk dapat memenangkan persaingan yang ada dengan meningkatkan daya saing perusahaan yang mereka miliki. Persaingan yang terjadi harus dapat di atasi dengan baik sebagai sebuah tantangan untuk perkembangan perusahaan di masa depan. Sebagai sebuah entitas usaha, Perusahaan agar dapat memenangkan persaingan, harus jeli dalam melihat pasar yang ada dengan cara melakukan riset pasar. Hal ini sesuai dengan pemberitaan media yang menyatakan bahwa riset pasar merupakan langkah penting dalam mengembangkan bisnis. Dengan melakukan riset pasar yang efektif dapat

memahami kebutuhan dan preferensi konsumen, serta mendapatkan wawasan tentang tren industri dan persaingan yang ada (linkumkm.id, 2023).

Penelitian tentang keberlanjutan perusahaan dan faktor-faktor yang mempengaruhinya telah dilakukan oleh peneliti terdahulu. Namun sebagian besar penelitian terdahulu mengenai *company sustainability* lebih banyak menekankan pada faktor lingkungan secara praktik, sedangkan dimensi sumber daya manusia masih relatif kurang diteliti secara mendalam. Terlebih lagi penelitian dalam sektor jasa transportasi atau bidang usaha *ground handling* masih sangat minim. Padahal, sektor ini memiliki tantangan unik seperti persaingan global, regulasi ketat, dan tuntutan layanan yang tinggi.

Berdasarkan penelitian-penelitian sebelumnya, perbedaan paling utama dari penelitian kali ini, adalah berfokus pada bagaimana hubungan perusahaan *ground handling* dengan psikologis karyawannya mempengaruhi *Company sustainability*. Terjadinya *gap research* ini masih memungkinkan bagi peneliti lain untuk melakukan penelitian sejenis dengan menambah atau mengurangi berbagai faktor yang mempengaruhinya sehingga penelitian ini memiliki nilai tambah yang berbeda dengan penelitian sebelumnya, menemukan unsur temuan baru yang berkontribusi baik bagi keilmuan.

METODE

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2017).

Populasi adalah kumpulan total elemen mengenai apa yang peneliti mau untuk membuat kesimpulan. Elemen populasi adalah partisipan atau objek individual dengan apa/siapa pengukuran dilakukan (Cooper & Schindler, 2013). Populasi dalam penelitian ini adalah semua karyawan yang bekerja pada PT Prathita Titian Nusantara dan PT CAI di Jakarta, PT Jasa Angkasa Semesta, Tbk, dan PT Gapura Angkasa. Teknik sampling untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling*, yaitu *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah cara pengambilan sampel berdasarkan karakteristik atau pertimbangan tertentu. Kriteria penentuan sampel penelitian adalah kluster staff dan manajer di 4 (empat) perusahaan *ground handling* yaitu PT Prathita Titian Nusantara dan PT CAI di Jakarta, PT Jasa Angkasa Semesta, Tbk, dan PT Gapura Angkasa.

Pengujian hipotesis penelitian dilakukan dengan pendekatan *Structural Equation Model* (SEM) dengan menggunakan SmartPLS (*Partial Least Square*) 3.0. PLS adalah model persamaan struktural (SEM) yang berbasis komponen atau varian (*variance*). Menurut Ghazali (2018) PLS merupakan pendekatan alternatif yang bergeser dari pendekatan SEM berbasis *covariance* menjadi berbasis varian. SEM yang berbasis kovarian umumnya menguji kausalitas/teori sedangkan PLS lebih bersifat *predictive model*. PLS merupakan metode analisis yang *powerfull* (Wold, 1985 dalam Ghazali, 2018) karena dapat diterapkan pada semua skala data, tidak membutuhkan banyak asumsi dan ukuran sampel tidak harus besar. Selain dapat digunakan untuk mengkonfirmasi teori, PLS dapat sekaligus menganalisis konstruk yang dibentuk dengan indikator reflektif dan formatif. Hal ini tidak dapat dilakukan oleh SEM yang berbasis kovarian karena akan menjadi *unidentified model*.

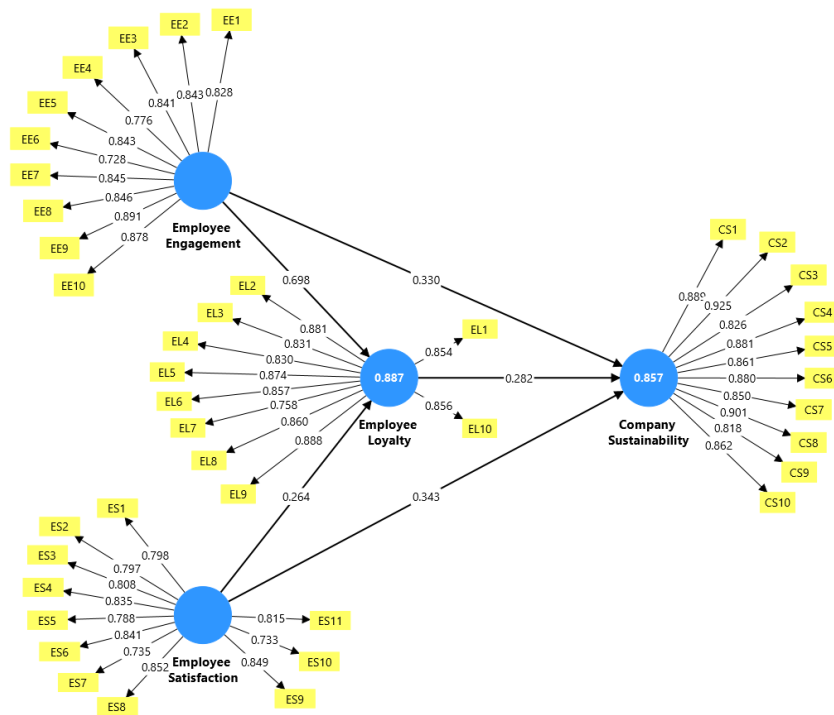
HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Evaluasi Outer Model

Convergent Validity

Untuk menguji *convergent validity* digunakan nilai *outer loading* atau *loading factor*. Suatu indikator dinyatakan memenuhi *convergent validity* dalam kategori baik apabila nilai *outer loading* > 0,7.



Gambar 1. Outer Model (PLS Algorithm)

Berikut adalah nilai *outer loading* masing-masing item pernyataan variabel penelitian:

Tabel 1. Outer Loading

Variabel	Indikator	Outer Loading	Validity
<i>Employee engagement</i> (X1)	EE1	0,828	Valid
	EE2	0,843	Valid
	EE3	0,841	Valid
	EE4	0,776	Valid
	EE5	0,843	Valid
	EE6	0,728	Valid
	EE7	0,845	Valid
	EE8	0,846	Valid
	EE9	0,891	Valid
	EE10	0,878	Valid
<i>Employee satisfaction</i> (X2)	ES1	0,798	Valid
	ES2	0,797	Valid
	ES3	0,808	Valid
	ES4	0,835	Valid
	ES5	0,788	Valid
	ES6	0,841	Valid
	ES7	0,735	Valid
	ES8	0,852	Valid
	ES9	0,849	Valid
	ES10	0,733	Valid
	ES11	0,815	Valid

Variabel	Indikator	Outer Loading	Validity
<i>Employee loyalty</i> (Z)	EL1	0,854	Valid
	EL2	0,881	Valid
	EL3	0,831	Valid
	EL4	0,830	Valid
	EL5	0,874	Valid
	EL6	0,857	Valid
	EL7	0,758	Valid
	EL8	0,860	Valid
	EL9	0,888	Valid
	EL10	0,856	Valid
<i>Company sustainability</i> (Y)	CS1	0,889	Valid
	CS2	0,925	Valid
	CS3	0,826	Valid
	CS4	0,881	Valid
	CS5	0,861	Valid
	CS6	0,880	Valid
	CS7	0,850	Valid
	CS8	0,901	Valid
	CS9	0,818	Valid
	CS10	0,862	Valid

Berdasarkan data tabel 1 di atas, diketahui bahwa masing-masing indikator variabel penelitian seluruhnya memiliki nilai *outer loading* > 0,7. Hal ini sesuai pendapat Hair et al (2022) yang menyatakan bahwa nilai *outer loading* haruslah di atas 0,708. Hal ini dikarenakan kuadrat dari nilai *loading* tersebut setara dengan 0.50 yang memenuhi syarat *convergent validity*. Data di atas menunjukkan tidak ada indikator variabel yang nilai *outer loading*-nya di bawah 0,7, sehingga semua indikator dinyatakan layak atau valid untuk digunakan penelitian dan dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Discriminant Validity

Pada bagian ini akan diuraikan hasil uji *discriminant validity*. Uji *discriminant validity* dilakukan dengan melihat nilai *average variant extracted* (AVE) untuk masing-masing indikator dipersyaratkan nilainya harus > 0,5 untuk model yang baik. Berikut disajikan hasil uji *discriminant validity* pada tabel 2 berikut:

Tabel 2. Average Variant Extracted (AVE)

Variabel	AVE	Validity
<i>Employee engagement</i>	0,694	Valid
<i>Employee satisfaction</i>	0,649	Valid
<i>Employee loyalty</i>	0,722	Valid
<i>Company sustainability</i>	0,757	Valid

Berdasarkan tabel 2 di atas, diketahui bahwa nilai AVE variabel *employee engagement*, *employee satisfaction*, *employee loyalty*, *competitive advantage* dan *company sustainability* > 0,5. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa setiap variabel telah memiliki *discriminant validity* yang baik. Uji Validitas Diskriminan dilakukan untuk memastikan bahwa setiap konsep dari masing variabel laten berbeda dengan variabel lainnya. Pada penelitian ini uji diskriminan validitas dilakukan juga dengan pengujian *Fornell Larcker* dan HTMT.

Model mempunyai *discriminant validity* yang baik jika nilai $\sqrt{\text{AVE}}$ (angka pada diagonal) masing-masing konstruk eksogen melebihi korelasi antara konstruk tersebut dengan konstruk lainnya (*cross loading*/angka sebelah bawah dan sebelah kiri $\sqrt{\text{AVE}}$). Hasil pengujian *discriminant validity* diperoleh sebagai berikut:

Tabel 3 Uji Fornell Larcker

Variabel	CS	EE	EL	ES
<i>Company sustainability (CS)</i>	0,870			
<i>Employee engagement (EE)</i>	0,802	0,833		
<i>Employee loyalty (EL)</i>	0,796	0,835	0,850	
<i>Employee satisfaction (ES)</i>	0,791	0,798	0,790	0,806

Berdasarkan hasil uji validitas deskriminan pada Tabel 3 di atas, diperoleh hasil bahwa nilai $\sqrt{\text{AVE}}$ seluruh konstruk selalu melebihi koefisien korelasi konstruk tersebut dengan konstruk lainnya (*cross loading*), seperti ES memiliki nilai $\sqrt{\text{AVE}}$ (0,806) lebih besar korelasinya terhadap EL (0,790), EE (0,798), CS (0,791), sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh konstruk dalam model PLS ini telah memenuhi validitas deskriminan yang dipersyaratkan.

Selain dengan menggunakan uji *Fornell Larcker*, validitas deskriminan juga dapat dilakukan dengan melihat nilai HTMT (*Heterotrait-Monotrait Ratio*) antar konstruk. HTMT merupakan metode yang direkomendasikan untuk menilai validitas diskriminan. Metode ini menggunakan *multitrait-multimethod matrix* sebagai dasar pengukuran. Nilai HTMT harus kurang dari 0,9 untuk memastikan validitas diskriminan antara dua konstruk reflektif. Dalam pengujian ini, dapat dilihat pada tabel 4. konstruk dalam model PLS dinyatakan telah memenuhi validitas deskriminan jika nilai HTMT antara konstruk tersebut dengan konstruk lainnya tidak melebihi 0,9.

Tabel 4. HTMT antar Konstruk Laten

Variabel	CS	EE	EL	ES
<i>Company sustainability (CS)</i>				
<i>Employee engagement (EE)</i>	0,840			
<i>Employee loyalty (EL)</i>	0,830	0,879		
<i>Employee satisfaction (ES)</i>	0,830	0,848	0,833	

Composite Reliability

Composite Reliability merupakan bagian yang digunakan untuk menguji nilai reliabilitas indikator-indikator pada suatu variabel. Suatu variabel dapat dinyatakan memenuhi *composite reliability* apabila memiliki nilai *composite reliability* $\geq 0,7$. Berikut ini adalah nilai *composite reliability* dari masing-masing variabel penelitian:

Tabel 5. Composite Reliability

Variabel	<i>Composite Reliability</i>	<i>Reliability</i>
<i>Employee engagement</i>	0,958	Reliabel
<i>Employee satisfaction</i>	0,953	Reliabel
<i>Employee loyalty</i>	0,963	Reliabel
<i>Company sustainability</i>	0,969	Reliabel

Berdasarkan tabel 5 di atas, dapat diketahui bahwa nilai *composite reliability* yang diperoleh pada semua variabel penelitian $\geq 0,7$. Hasil ini menunjukkan bahwa masing-masing variabel telah memenuhi *composite reliability* sehingga dapat disimpulkan bahwa keseluruhan variabel adalah reliabel dengan tingkat yang tinggi.

Cronbach Alpha

Uji realibilitas dengan *composite reliability* di atas dapat diperkuat dengan menggunakan nilai *cronbach alpha*. Suatu variabel dapat dinyatakan reliabel atau memenuhi *cronbach alpha* apabila memiliki nilai *cronbach alpha* > 0,7 Berikut ini adalah nilai *cronbach alpha* dari masing-masing variabel:

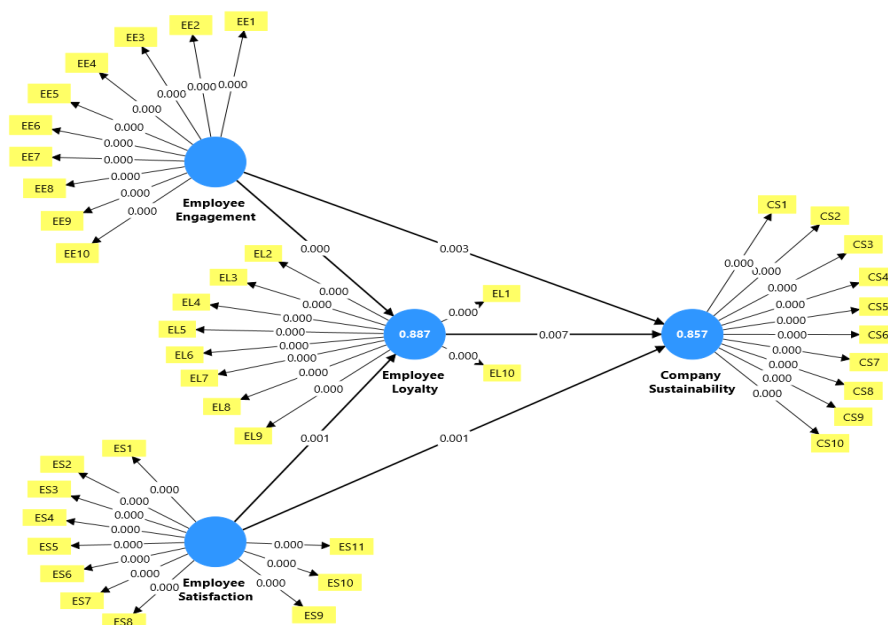
Tabel 6. Cronbach Alpha

Variabel	Cronbach Alpha	Reliability
<i>Employee engagement</i>	0,951	Reliabel
<i>Employee satisfaction</i>	0,946	Reliabel
<i>Employee loyalty</i>	0,957	Reliabel
<i>Company sustainability</i>	0,964	Reliabel

Berdasarkan tabel 6, dapat diketahui bahwa nilai *cronbach alpha* dari masing-masing variabel penelitian $\geq 0,7$. Dengan demikian hasil ini menunjukkan bahwa masing-masing variabel penelitian telah memenuhi persyaratan nilai *cronbach alpha*, sehingga dapat disimpulkan bahwa keseluruhan dari variabel penelitian memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi.

Evaluasi Inner Model

Pengujian hipotesis dilakukan berdasarkan hasil pengujian Inner Model (model struktural) yang meliputi *output r-square*, koefisien parameter dan t-statistik. Untuk melihat apakah suatu hipotesis itu dapat diterima atau ditolak diantaranya dengan memperhatikan nilai signifikansi antar konstruk, t-statistik, dan p-values. Pengujian hipotesis penelitian ini dilakukan dengan bantuan software SmartPLS (*Partial Least Square*) 4.0. Nilai-nilai tersebut dapat dilihat dari hasil *bootstrapping*. *Rules of thumb* yang digunakan pada penelitian ini adalah t-statistik >1,96 dengan tingkat signifikansi p-value 0,05 (5%) dan koefisien beta bernilai positif. Hasil model penelitian *boot straping* ini dapat dilihat pada gambar 2 sebagai berikut:



Gambar 2. Inner Model (Boot Strapping)

Uji Path Coefficient

Evaluasi *path coefficient* digunakan untuk menunjukkan seberapa kuat efek atau pengaruh variabel independen kepada variabel dependen. Sedangkan *coefficient determination* (*R-Square*) digunakan untuk mengukur seberapa banyak variabel endogen dipengaruhi oleh

variabel lainnya. Chin dalam Ghazali (2018:42) menyatakan bahwa hasil R^2 sebesar 0,67 ke atas untuk variabel laten endogen dalam model struktural mengindikasikan pengaruh variabel eksogen (yang mempengaruhi) terhadap variabel endogen (yang dipengaruhi) termasuk dalam kategori baik. Sedangkan jika hasilnya sebesar 0,33 – 0,67 maka termasuk dalam kategori sedang, dan jika hasilnya sebesar 0,19 – 0,33 maka termasuk dalam kategori lemah.

Berdasarkan skema *outer model* yang telah ditampilkan pada gambar 1 di atas dapat dijelaskan bahwa nilai koefisien jalur pada *path coefficient* yang dominan ditunjukkan pada variabel *employee engagement* terhadap *employee loyalty* sebesar 0,698. Nilai terbesar kedua ditunjukkan pada variabel *employee satisfaction* terhadap *company sustainability* sebesar 0,343. Sedangkan nilai yang paling kecil ditunjukkan pada variabel *employee satisfaction* terhadap *employee loyalty* sebesar 0,264.

Berdasarkan skema “*inner model*” yang telah ditampilkan pada gambar 2 di atas dapat dijelaskan bahwa nilai t-statistik terbesar ditunjukkan dengan *employee engagement* terhadap *employee loyalty* sebesar 9,391. Pengaruh terbesar kedua ditunjukkan pada variabel *employee satisfaction* terhadap *company sustainability* sebesar 3,478. Sedangkan pengaruh terkecil ditunjukkan pada variabel *employee loyalty* terhadap *company sustainability* sebesar 2,718.

Berdasarkan uraian hasil tersebut, menunjukkan bahwa variabel bebas terhadap *employee loyalty* dalam model ini memiliki nilai *path coefficient* dengan angka yang positif. Hal ini menunjukkan bahwa jika semakin besar nilai *path coefficient* pada salah satu variabel independen terhadap variabel *employee loyalty*, maka semakin kuat pula pengaruh antar variabel independen terhadap variabel *employee loyalty*. Variabel bebas terhadap *company sustainability* dalam model ini memiliki nilai *path coefficient* dengan angka yang positif. Hal ini menunjukkan bahwa jika semakin besar nilai *path coefficient* pada salah satu variabel independen terhadap variabel *company sustainability*, maka semakin kuat pula pengaruh antar variabel independen terhadap variabel *company sustainability*. Pengaruh positif negatif dapat dilihat pada kolom *original sample*.

Uji Keباikan Model (Goodness of Fit)

Berdasarkan pengolahan data yang telah dilakukan dengan menggunakan program smartPLS 4.0, diperoleh nilai *R-Square employee loyalty* dan *company sustainability* sebagai berikut:

Tabel 7. Nilai R-Square

Variabel	Nilai R Square
<i>Employee loyalty</i>	0,887
<i>Company sustainability</i>	0,857

Berdasarkan data pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai *R-Square* variabel *employee loyalty* memiliki nilai *R-Square* sebesar 0,887. Nilai tersebut menjelaskan bahwa *employee loyalty* dapat dijelaskan oleh variabel *employee engagement* dan *employee satisfaction* sebesar 88,7% sedangkan sisanya sebesar 11,3% dapat dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Nilai *R-Square* variabel *company sustainability* memiliki nilai *R-Square* sebesar 0,857. Nilai tersebut menjelaskan bahwa *company sustainability* dapat dijelaskan oleh variabel *employee engagement*, *employee satisfaction* dan *employee loyalty* sebesar 85,7%, sisanya sebesar 14,3% dapat dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Penilaian *goodness of fit* diketahui dari nilai *Q-Square predictive relevance*, dimana nilai $Q^2 > 0$ menunjukkan model memiliki *predictive relevance*, sedangkan nilai $Q^2 < 0$ menunjukkan bahwa model kurang memiliki *predictive relevance*. Adapun hasil perhitungan nilai *Q-Square* adalah sebagai berikut:

Tabel 8. Hasil Nilai Q²

	Q ² predict	RMSE	MAE
<i>Employee loyalty</i>	0,890	0,353	0,245
<i>Company sustainability</i>	0,841	0,412	0,300

Berdasarkan Tabel 8 di atas, diperoleh nilai *Q-Square* untuk *employee loyalty* sebesar 0,890 sedangkan untuk *company sustainability* sebesar 0,841. Hal ini menunjukkan bahwa nilai *Q-Square* tersebut berada di atas 0. Dengan demikian, dari hasil tersebut maka model penelitian ini dapat dinyatakan telah memiliki *goodness of fit* yang baik.

Uji Hipotesis

Pengaruh secara langsung *employee engagement*, dan *employee satisfaction* terhadap *employee loyalty* dan *company sustainability* serta *employee loyalty* terhadap *company sustainability* dapat dilihat dari *path coefficient* yang disajikan pada tabel berikut:

Tabel 9. Pengaruh Langsung

Hipotesis	Pengaruh	Original Sample	T-Statistik	P-Values	Hasil
H1	<i>Employee engagement => Employee loyalty</i>	0,698	9,391	0,000	Diterima
H2	<i>Employee satisfaction => Employee loyalty</i>	0,264	3,392	0,001	Diterima
H3	<i>Employee engagement => Company sustainability</i>	0,330	3,003	0,003	Diterima
H4	<i>Employee satisfaction => Company sustainability</i>	0,343	3,478	0,001	Diterima
H5	<i>Employee loyalty => Company sustainability</i>	0,282	2,718	0,007	Diterima

Pengaruh *Employee engagement* Terhadap *Employee loyalty*

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa *employee engagement* berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap *employee loyalty*. Artinya, karyawan yang merasa terlibat secara keseluruhan terhadap perusahaan akan menunjukkan antusiasme dalam menjalankan tugasnya serta cenderung lebih berkomitmen untuk tetap bertahan untuk memberikan kontribusi terbaik bagi perusahaan.

Hal ini sejalan dengan pendapat Robbins & Judge (2018) yang menyatakan bahwa *employee engagement* adalah sebuah keterlibatan individual karyawan, kepuasan, dan antusiasme untuk melakukan pekerjaannya (Robbins & Judge, 2018). Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian yang dilakukan oleh Abror et al. (2020), Basheer et al. (2019), Setyadi & Sartika (2023) yang menyatakan bahwa *employee engagement* berpengaruh signifikan terhadap *employee loyalty*. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat *employee engagement*, semakin besar pula loyalitas karyawan. Hal ini dikarenakan mereka tidak hanya bekerja untuk memenuhi kewajiban, tetapi juga memiliki dorongan untuk tetap menjadi bagian dari perusahaan.

Pengaruh *Employee satisfaction* Terhadap *Employee loyalty*

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa *employee satisfaction* berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap *employee loyalty*. Artinya, karyawan merasa puas terhadap aspek pekerjaan akan memunculkan perasaan nyaman dan keterikatan terhadap perusahaan. Kondisi mencerminkan sikap umum karyawan yang berhubungan dengan keyakinan mereka akan memperoleh imbalan setelah melakukan pengorbanan tertentu sehingga mendorong karyawan untuk menunjukkan loyalitas yang lebih tinggi kepada perusahaan.

Hal ini sesuai dengan pernyataan Luthans, (2018:150) yang mendefinisikan *employee satisfaction* sebagai suatu keadaan yang menyenangkan atau kondisi emosional positif yang muncul dari hasil penilaian terhadap pengalaman kerja seseorang. Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian yang dilakukan oleh Hartika et al., (2023), Sypniewska et al., (2023), dan Frempong et al., (2018) yang dimana penelitiannya menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *employee satisfaction* dengan *employee loyalty*. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat kepuasan karyawan, maka semakin besar pula loyalitas yang terbentuk karena karyawan merasa kebutuhan dan harapannya telah terpenuhi oleh organisasi.

Pengaruh *Employee engagement* Terhadap *Company sustainability*

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa *employee engagement* berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap *company sustainability*. Artinya, Karyawan yang engaged cenderung memiliki komitmen yang kuat terhadap aturan perusahaan. Hal ini akan berdampak pada kepatuhan pada semua aktivitas dan proses dalam beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis untuk tujuan jangka panjang perusahaan

Hal ini sesuai dengan pernyataan Ribeiro et al., (2016) yang menyatakan bahwa keberlanjutan perusahaan merupakan organisasi yang memastikan bahwa sangat mempertimbangkan dampaknya terhadap sosial dan lingkungan. Dalam istilah bisnis, organisasi keberlanjutan dikaitkan dengan kelangsungan ekonomi, sosial (termasuk budaya), dan masalah lingkungan. Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian yang dilakukan oleh Obialor et al. (2022), Temel et al. (2022) yang menyatakan bahwa *employee engagement* berpengaruh signifikan terhadap *company sustainability*. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat *employee engagement*, maka semakin kuat pula keberlanjutan perusahaan (*company sustainability*). Hal ini karena karyawan tidak hanya berfokus pada hasil jangka pendek, tetapi juga berkontribusi dalam menjaga stabilitas dan pertumbuhan perusahaan secara berkelanjutan.

Pengaruh *Employee satisfaction* terhadap *Company sustainability*

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa *employee satisfaction* berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap *company sustainability*. Artinya, karyawan yang merasa puas terhadap pekerjaannya cenderung memiliki bekerja secara optimal serta berkomitmen kuat terhadap perusahaan. Hal ini membuat operasional perusahaan dapat berjalan secara konsisten yang akhirnya berkontribusi pada kemampuan perusahaan untuk mempertahankan kinerja jangka panjang.

Hasil penelitian ini sejalan dengan pernyataan Sarmawa et al (2020) yang menyatakan bahwa keberlanjutan perusahaan merupakan kemampuan perusahaan atau organisasi untuk terus bertahan saat menghadapi berbagai situasi dengan memanfaatkan sumber daya yang mereka miliki. Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian yang dilakukan oleh Lange, (2021), Adhihusada & Gunawan, (2025) dan Pandey & Khare, (2012) menghasilkan temuan bahwa *employee satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *company sustainability*. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat *employee satisfaction*, maka semakin kuat pula *company sustainability* yang dapat dicapai

Pengaruh *Employee loyalty* terhadap *Company sustainability*

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa *employee loyalty* berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap *company sustainability*. Artinya, karyawan yang loyal cenderung memiliki komitmen tinggi untuk tetap bekerja dalam jangka panjang sehingga perusahaan dapat mempertahankan tenaga kerja yang berpengalaman. Kondisi ini menciptakan stabilitas operasional dan meningkatkan efisiensi kerja, yang pada akhirnya mendukung keberlangsungan perusahaan dalam jangka panjang.

Hasil penelitian ini sejalan dengan pernyataan Zen et al (2023) yang menyatakan bahwa organisasi yang berkelanjutan adalah mereka yang mampu membangun dan menjaga hubungan jangka panjang dengan seluruh pihak yang berkepentingan, termasuk karyawan.. Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian yang dilakukan oleh Dawra et al. (2022), Sudarmo et al. (2022) yang menyatakan bahwa *employee loyalty* berpengaruh signifikan terhadap *company sustainability*. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat *employee loyalty*, maka semakin kuat pula *company sustainability* yang dapat dicapai oleh perusahaan

Pengaruh *Employee engagement* terhadap *Company sustainability* yang Dimediasi *Employee loyalty*

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa *employee loyalty* dapat memediasi hubungan antara *employee engagement* dengan *company sustainability*. Artinya, keterlibatan karyawan yang tinggi tidak secara langsung berdampak pada keberlanjutan perusahaan, tetapi terlebih dahulu meningkatkan loyalitas karyawan. Karyawan yang memiliki *employee engagement* tinggi cenderung menunjukkan komitmen yang kuat. Kondisi ini kemudian mendorong terbentuknya loyalitas karyawan yang selanjutnya berperan dalam menjaga stabilitas operasional serta mendukung keberlanjutan perusahaan dalam jangka panjang. Dengan demikian, *employee loyalty* berfungsi sebagai variabel perantara yang memperkuat pengaruh *employee engagement* terhadap *company sustainability*.

Pengaruh *Employee satisfaction* terhadap *Company sustainability* yang Dimediasi *Employee loyalty*

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa *employee loyalty* dapat memediasi hubungan antara *employee satisfaction* dengan *company sustainability*. Artinya, kepuasan karyawan tidak secara langsung memengaruhi keberlanjutan perusahaan, melainkan melalui peningkatan loyalitas karyawan terlebih dahulu. Karyawan yang merasa puas terhadap cenderung memiliki keinginan untuk tetap bertahan dalam organisasi. Kepuasan tersebut kemudian membentuk loyalitas karyawan yang pada akhirnya berperan penting dalam mendukung keberlanjutan perusahaan dalam jangka panjang. Dengan demikian, *employee loyalty* berfungsi sebagai variabel perantara yang memperkuat pengaruh *employee satisfaction* terhadap *company*.

KESIMPULAN

Employee engagement terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *employee loyalty* pada PT Prathita Titian Nusantara, PT Celebi Aviation Indonesia, PT Jasa Angkasa Semesta, Tbk., dan PT Gapura Angkasa di Jakarta. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat *employee engagement* yang dimiliki karyawan terhadap pekerjaan, organisasi, dan tujuan perusahaan, maka semakin tinggi pula *employee loyalty* yang ditunjukkan oleh karyawan. Selain itu, *employee satisfaction* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *employee loyalty*, yang mengindikasikan bahwa kepuasan kerja yang dirasakan karyawan mampu meningkatkan komitmen, rasa memiliki, dan keinginan untuk tetap bekerja serta memberikan kontribusi terbaik bagi perusahaan dalam jangka panjang.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa *employee engagement* dan *employee satisfaction* masing-masing memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *company*

sustainability pada PT Prathita Titian Nusantara, PT Celebi Aviation Indonesia, PT Jasa Angkasa Semesta, Tbk., dan PT Gapura Angkasa di Jakarta. Karyawan yang memiliki tingkat *employee engagement* dan *employee satisfaction* yang tinggi cenderung menunjukkan kinerja yang lebih optimal, mendukung inovasi, meningkatkan produktivitas, serta berpartisipasi aktif dalam pencapaian tujuan strategis perusahaan. Selain itu, *employee loyalty* juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *company sustainability*, yang menunjukkan bahwa loyalitas karyawan merupakan faktor penting dalam menjaga stabilitas operasional, meningkatkan daya saing, dan mendukung keberlanjutan perusahaan dalam menghadapi dinamika industri jasa penunjang penerbangan.

Lebih lanjut, penelitian ini membuktikan bahwa *employee loyalty* berperan sebagai variabel mediasi yang signifikan dalam hubungan antara *employee engagement* dan *company sustainability*, serta antara *employee satisfaction* dan *company sustainability*. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa peningkatan *employee engagement* dan *employee satisfaction* tidak hanya memberikan dampak langsung terhadap *company sustainability*, tetapi juga memberikan pengaruh tidak langsung melalui peningkatan *employee loyalty*. Dengan demikian, upaya perusahaan dalam membangun lingkungan kerja yang mampu meningkatkan *employee engagement* dan *employee satisfaction* akan memperkuat *employee loyalty*, yang pada akhirnya menjadi faktor strategis dalam mewujudkan *company sustainability* pada PT Prathita Titian Nusantara, PT Celebi Aviation Indonesia, PT Jasa Angkasa Semesta, Tbk., dan PT Gapura Angkasa di Jakarta.

REFERENSI

- Abror, A., Patrisia, D., Syahrizal, S., Sarianti, R., & Dastgir, S. (2020). *Self-Efficacy, Employee engagement, Remuneration and Employee loyalty in Higher Education: The Role of Satisfaction and Ocb*.
- Adhihusada, C. K., & Gunawan, A. W. (2025). The Effect of *Employee satisfaction* on Employee Performance with *Employee loyalty* and *Employee engagement* as Mediating Variables in Manufacturing Sector Employees in Jabodetabek. *Dinasti International Journal of Management Science (DIJMS)*, 6(3).
- Adu-Gyamfi, M., Adu-Oppong, A. A., & Boahen, S. (2017). Job satisfaction and commitment among non-teaching staff of universities in Ghana. *International Journal of Innovative Research and Development*, 6(5).
- Ardana, I. K., Mujiati, N. W., & Utama, I. W. M. (2016). *Managemen Sumber Daya Manusia*. Graha Ilmu.
- Balasubramanian, N., & Balaji, M. (2022). Organisational sustainability scale-measuring employees' perception on sustainability of organisation. *Measuring Business Excellence*, 26(3), 245–262. <https://doi.org/10.1108/MBE-06-2020-0093>
- Basheer, M., Hameed, W., Rashid, A., & Nadim, M. (2019). *Factors effecting Employee loyalty through Mediating role of Employee engagement: Evidence from PROTON Automotive Industry, Malaysia*. XIII, 71–84.
- Borghei, Z., & Leung, P. (2013). An Empirical Analysis of the Determinants of Greenhouse Gas Voluntary Disclosure in Australia. *Accounting and Finance Research*, 2. <https://doi.org/10.5430/afr.v2n1p110>
- Cooper, D., & Schindler, P. (2013). *Business Research Methods: 12th Edition*. MCGRAW-HILL US HIGHER ED. <https://books.google.co.id/books?id=AZ0cAAAAQBAJ>
- Dawra, S., Chand, P., & Aggarwal, D. A. (2022). Leader Member Exchange, Nepotism, and *Employee loyalty* as the Determinants of Organizational Sustainability in Small and Medium Enterprises in India. *International Journal of Sociotechnology and Knowledge Development*, 14, 1–21. <https://doi.org/10.4018/IJSKD.297980>
- Frempong, L. N., Agbenyo, W., & Darko, P. A. (2018). The impact of job satisfaction on employees' loyalty and commitment: a comparative study among some selected sectors

- in Ghana. *European Journal of Business and Management*, 10(12), 95–105.
- Gapura. (2025). *Ground Handling*. <https://gapura.id/ground-handling3>
- Ghozali, I. (2018). *Structural Equation Modeling: Teori, Konsep dan Aplikasi dengan Program Lisrel 9.10*. UNDIP.
- Hair, J. F., Babin, B. J., Black, W. C., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis*. Cengage. <https://books.google.co.id/books?id=0R9ZswEACAAJ>
- Harahap, T. K., Hasibuan, S., Pratikna, R. N., Ahmad, M. I. S., Novarini, N. N. A., Widiawati, W., Sanjaya, R., Riesso, A. S., Batubara, N. A., Nurdiana, Suyanto, & Abdurrahim. (2021). MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA. *Penerbit Tahta Media*. <https://tahtamedia.co.id/index.php/issj/article/view/225>
- Hartika, A., Fitridiani, M., & Asbari, M. (2023). The effect of job satisfaction and job loyalty on employee performance: A narrative literature review. *Journal of Information Systems and Management (JISMA)*, 2(3), 9–15.
- Hossain, M., Kabir, S. B., & Mahbub, N. (2019). Competitive Strategies and Organizational Performance: Determining the Influential Factor Conquer Over the Rivals in the Food Industry of Bangladesh. *International Review of Management and Marketing*, 9, 100–105. <https://doi.org/10.32479/irmm.8109>
- JAS. (2025). *About Us*. <https://www.ptjas.co.id/>
- John, E. (1999). *Cannibals With Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. Capstone Publishing Limited.
- Jones, T. M. (1995). Instrumental Stakeholder Theory: A Synthesis of Ethics and Economics. *The Academy of Management Review*, 20(2), 404–437. <http://www.jstor.org/stable/258852>
- Khosyain, M. I., Munir, M., & Rohmah, N. R. (2024). EXPERIENTIAL MARKETING DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING JASA PENDIDIKAN. *JURNAL PIKIR: Jurnal Studi Pendidikan Dan Hukum Islam*, 10(2), 18–28.
- Lange, T. (2021). Job satisfaction and implications for organizational sustainability: a resource efficiency perspective. *Sustainability*, 13(7), 3794.
- Muhardi. (2009). *Strategi Operasi untuk Keunggulan Bersaing*. Graha Ilmu.
- Nurkhin, A. (2009). *CORPORATE GOVERNANCE DAN PROFITABILITAS; PENGARUHNYA TERHADAP PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN (STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN YANG TERCATAT DI BURSA EFEK INDONESIA)*.
- Obialor, D. C., Emem, A. S., & Obialor, C. E. (2022). Employee Job Engagement and Corporate Sustainability of Manufacturing Firms in South - East, Nigeria. *Journal of Research in Business and Management*, 10.
- Pandey, C., & Khare, R. (2012). Impact of job satisfaction and organizational commitment on employee loyalty. *International Journal of Social Science & Interdisciplinary Research*, 1(8), 26–41.
- Ribeiro, I., Kaufmann, J., Schmidt, A., Peças, P., Henriques, E., & Götze, U. (2016). Fostering selection of sustainable manufacturing technologies – a case study involving product design, supply chain and life cycle performance. *Journal of Cleaner Production*, 112, 3306–3319. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2015.10.043>
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2018). *Perilaku Organisasi, Organizational Behaviour*. Salemba Empat.
- Sarmawa, I., Widyani, A., Sugianingrat, I., & Martini, I. (2020). Ethical entrepreneurial leadership and organizational trust for organizational sustainability. *Cogent Business & Management*, 7. <https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1818368>
- Schaufeli, W. B. (2017). Applying the Job Demands-Resources model: A ‘how to’ guide to measuring and tackling work engagement and burnout. In *Organizational Dynamics* (Vol. 46, Issue 2, pp. 120–132). Elsevier Science.

- <https://doi.org/10.1016/j.orgdyn.2017.04.008>
- Schiemann, W. A. (2015). *Aligment Capability Engagement*. PPM Manajemen.
- Setyadi, B., & Sartika, D. (2023). THE EFFECT OF *EMPLOYEE ENGAGEMENT* AND JOB SATISFACTION ON *EMPLOYEE LOYALTY* IN THE CEMENT INDUSTRY. *Jurnal Ekonomi*, 12(3), 1806–1813. <https://ejournal.seaninstitute.or.id/index.php/Ekonomi/article/view/2596>
- Sudarmo, S., Baso, R. S., & Alwy, M. A. (2022). *Prediction of Employee loyalty Classification for Maintaining Company sustainability using Combination of SEM-PLS and Machine Learning*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Suhartini, Y. (2017). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Karyawan pada Pertokoan di Sepanjang Jalan Malioboro Yogyakarta. *Akmenika: Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 14(2).
- Sypniewska, B., Baran, M., & Kłos, M. (2023). Work engagement and *employee satisfaction* in the practice of sustainable human resource management–based on the study of Polish employees. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 19(3), 1069–1100.
- Tamba, A. W., Pio, R. J., & Sambul, S. A. P. (2018). The Effect of Work Discipline and *Employee loyalty* on Employee Performance. *JURNAL ADMINISTRASI BISNIS (JAB)*, 7(001), 33–41. <https://doi.org/10.35797/jab.v7.i001.33-41>
- Temel, M., Lozano, R., & Barreiro-Gen, M. (2022). Making Organisations Sustainable Through Employee Participation: An Analysis of Factors And Their Interactions. *IEEE Engineering Management Review*, 50, 1. <https://doi.org/10.1109/EMR.2022.3162413>
- Warsono, S., Amalia, F., & Rahajeng, K. D. (2009). *Corporate Governance Concept and Model: Preserving True Organization Welfare*. Center of Good Corporate Governance.