**HUBUNGAN ANTARA BUDAYA ORGANISASI DENGAN PERILAKU INOVATIF PADA KARYAWAN MILENIAL**

***THE RELATIONSHIP BETWEEN ORGANIZATIONAL CULTURE AND INNOVATIVE BEHAVIOR IN MILLENNIAL EMPLOYEES***

**Septi Indah Pertiwi**

**Universitas Mercu Buana Yogyakarta**

**septiendahpertiwi@gmail.com**

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara budaya organisasi dengan perilaku inovatif pada karyawan milenial. Adapun hipotesis dalam penelitian ini yaitu ada hubungan positif antara budaya organisasi dengan perilaku inovatif. Subjek dalam penelitian ini berjumlah 50 karyawan milenal. Metode pengumpulan data menggunakan skala, ada dua skala yaitu skala budaya organisasi dan perilaku inovatif. Data dianalisis dengan teknik korelasi *Product Moment* dari *Pearson*. Hasil analisis diperoleh koefisien korelasi sebesar (rxy) = 0.521 (p ≤ 0.010), ada korelasi positif antara antara budaya organisasi dengan perilaku inovatif pada karyawan milenial. Hal ini bererti hipotesis penelitian diterima. Adapun sumbangan efektif budaya organisasi terhadap perilaku inovatif adalah 27,2 %, sementara sisanya 72,8% berhubungan dengan faktor lain.

Kata Kunci : Perilaku Invovatif, Budaya Organisasi, Karyawan Milenial

***Abstract***

*This study aims to find out the relationship between organizational culture and innovative behavior in millennial employees. The hypothesis in this study is that there is a positive relationship between organizational culture and innovative behavior. The subjects in this study numbered 50 millennial employees. Data collection methods use scale, there are two scales namely organizational culture scale and innovative behavior. The data was analyzed with Pearson's Product Moment correlation technique. The results of the analysis obtained a correlation coefficient of (rxy) = 0.521 (p ≤ 0.010), there is a positive correlation between organizational culture and innovative behavior in millennial employees. This means the research hypothesis is accepted. The effective contribution of organizational culture to innovative behavior was 27.2%, while the remaining 72.8% was related to other factors.*

*Keywords : Invovative Behavior, Organizational Culture, Millennial Employees*

**PENDAHULUAN**

Gunadi (2018) menyatakan bahwa generasi yang sedang mendominasi pasar tenaga kerja dalam beberapa tahun terakhir adalah generasi millennial, generasi ini diprediksikan akan semakin berkembang pada lima tahun ke depan. Generasi millennial digolongkan dari mereka yang lahir pada tahun 1982 hingga 2000 (Linley, Harrington & Garcea, 2013). Data BPS pada tahun 2018 menyebutkan bahwa 62,5 juta jiwa tenaga kerja di Indonesia adalah generasi millennial, dimana generasi ini menjadi peringkat kedua dari total 160 juta jiwa tenaga kerja di Indonesia. BPS juga memprediksi, pada lima tahun ke depan, tahun 2025, tenaga kerja di Indonesia akan didominasi oleh generasi millennial, yang diperkirakan akan berjumlah 69,4 juta jiwa. Revolusi industri 4.0 saat ini merupakan suatu tantangan yang harus dihadapi oleh para generasi millennial. Revolusi industri ini bukan hanya suatu tantangan para generasi millennial, namun juga memberikan dampak yang sangat besar pada persaingan industri. Persaingan ini menuntut setiap karyawan maupun individu dalam perusahaan untuk melakukan hal-hal kreatif dan inovatif untuk mengikuti perubahan yang ada (Agarwal, 2013).

Hal yang dapat dilakukan untuk mengatasi perubahan-perubahan yang terjadi akibat revolusi industri 4.0 adalah dengan melakukan inovatifpada perusahaan (Windiarsih & Etikariena, 2017). Inovatif yang dilakukan oleh perusahaan mampu membuat perusahaan bertahan dan mengikuti pola interaksi pasar industri. Sejalan dengan pendapat Abbas & Raja (2015) yang organisasi/perusahaan di lingkungan pasar yang kompetitif saat ini. Inovatif adalah suatu proses pengembangan ide dan penerapan ide-ide baru yang dicetuskan oleh individu yang terlibat dalam suatu susunan organisasi maupun perusahaan. Ide baru yang dapat diberikan dapat berupa penggabungan ide yang telah ada sebelumnya, yang bermanfaat untuk menghadapi tantangan revolusi industri saat ini, atau merupakan sebuah ide baru yang diberikan oleh individu untuk mengatasi permasalahan yang ada (Sameer & Ohly, 2017). Inovatif yang dilakukan dalam sebuah organisasi atau perusahaan tidak dapat dilakukan dalam proses yang singkat, pengembangan inovatif ini dapat dilakukan dalam beberapa tahapan yang memerlukan waktu dalam setiap prosesnya.

Scott & Bruce (1994) menyatakan bahwa inovatif adalah sebuah proses yang terdiri dari beberapa tahapan, dimana setiap tahapan memiliki aktivitas-aktivitas yang berbeda. Inovatif yang diperlukan dalam perusahaan tidak terlepas dari peran sumber daya manusia atau individu di dalam perusahaan. Oleh karenanya, individu dituntut untuk memunculkan perilaku inovatif.

Menurut Jong & Hartog (2010) Perilaku inovatif adalah semua tindakan individu yang mengarah pada pengenalan ide-ide baru, dan diterapkan yang bermanfaat bagi perusahaan. Perilaku inovatif tidak hanya mencakup ide, tetapi juga perilaku-perilaku yang diperlukan dalam melaksanakan ide tersebut dan mencapai kemajuan yang akan meningkatkan kinerja pribadi maupun organisasi. Inovatif menekankan pada sesuatu yang diamati sebagai hal yang baru bagi individu, sedangkan perilaku inovatif menekankan pada munculnya sikap kreatif yang mengarah pada pembaharuan dari tradisional ke modern, dari sikap yang belum maju menjadi maju. Perubahan tersebutlah yang diharapkan memiliki kegunaan atau nilai tambah tertentu bagi organisasi. Perilaku inovatif memiliki empat dimensi yaitu *opportunity exploration, idea generation, championing* dan *application* (De Jong & Den Hartog, 2010). *Opportunity exploration* diartikan sebagai sebuah usaha individu dalam mencari cara meningkatkan produk, jasa, proses yang ada, dan mencari alternatif dari proses produksi produk atau jasa. Dimensi selanjutnya *idea generation* merupakan usaha individu dalam menggabungkan berbagai informasi yang diketahui baik berupa pengetahuan, sumber daya, dan kapasitas dalam upayanya memunculkan peluangpeluang baru. Dimensi berikutnya adalah *championing* yang diartikan sebagai usaha individu dalam memperoleh dukungan atas ide atau pemikirannya. Dimensi terakhir adalah *application* diartikan sebagai rangkaian proses merealisasikan ide mencakup proses pengujian dan modifikasi ide.

Inovasi dan perilaku inovatif merupakan perubahan sosial, dimana perbedaannya hanya pada penekanan ciri dari perubahan tersebut (Purba, 2009). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Widiyanti dan Sawitri (2018) menunjukkan bahwa 7% perilaku inovatif muncul dari karyawan. El-Manurwan dan Sawitri (2017) hanya 33.6% perilaku inovatif yang muncul dari karyawan. Selain itu juga berdasarkan penelitian Sari dan Ulfa (2013) hanya 27,6% perilaku inovatif yang muncul dari karyawani.

Berdasarkan hasil wawancara pada 10 karyawan milenial PT X bulan Mei tahun 2021 yang mengacu pada aspek dari De Jong dan Hartog. Pada Opportunity exploration, 9 dari 10 Karyawan merasa bahwa mereka tidak pernah memikirkan proses kerja mereka. Mereka berasa bahwa kurang bereksplorasi dalam mencipatakan ide. Hal ini dikarenakan kurang berkembangnya ide dan inovatif dalam menciptakan peluang kerja yang baik. Pada Idea generation, bahwa 9 dari 10 subjek merasa kurang memanfaatkan kesempatan dan juga peluang yang ada. Karyawan tidak pernah memberikan ide yang dimana dapat
menjadi solusi dalam meningkatkan kinerja dan juga berproses dalam bekerja. Subjek merasa kurang memiliki konsep dalam menciptakan peluang yang baik.

Pada Championing, 9 dari 10 karyawan Tidak adanya penerapan inovatif didalam perusahaan. Mereka merasa bahwa Ketika mengusulkan suatu ide, mereka merasa idenya tidak berjalan dengan baik Hal ini dikarenakan mereka tidak pernah yakin mempertahankan ide mereka. Karyawan merasa bahwa dirinya kurang meyakinkan dalam memberikan suatu ide. Pada Application, 9 dari 10 subjek merasa kurangnya usaha dalam menerapkan inovatif. Usaha mereka tidak dapat menciptakan ide dan juga orientasi dengan tidak baik. Hal ini mempengaruhi perusahaan. Berdasarkan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa karyawan PT X. Yogyakarta memiliki perilaku inovatif yang rendah. Dikatakan perilaku inovatif rendah karena karyawan kurang menerapkan inovatif pada saat bekerja.

Karyawan milenial diharapkan memiliki perilaku inovatif dalam meningkatkan kinerja dan kualitas produk yang dihasilkan oleh perusahaannya. Inovatif membuat sebuah perusahaan dapat dipandang di dunia bisnis dan menjadi pelopor di bidangnya masing-masing (Davila, Eipstein & Shelton, 2006). Campbell, Gasser dan Oswald (dalam De Jong & Den Hartog, 2007) menemukan adanya hubungan positif perilaku inovatif karyawan dan kinerja organisasi. Sejalan dengan hal tersebut, penelitian yang dilakukan oleh Dorner, Gassmann, dan Morhart (2012) menunjukkan bahwa perilaku inovatif mampu meningkatkan kinerja karyawan dan meningkatkan kualitas perusahaan.

Hal tersebut membuktikan pentingnya perilaku inovatif yang harus dimiliki oleh karyawan dalam menunjang perusahaannya. Munculnya perilaku inovatif dalam diri karyawan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, terdapat empat faktor yang mempengaruhi perilaku inovatif yaitu budaya organisasi, iklim organisasi, persepsi terhadap dukungan organisasi dan pemberdayaan psikologis.

Peneliti memilih budaya organisasi sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku inovatif karena budaya yang ada di suatu organisasi sangat besar pengaruhnya terhadap pembentukan pribadi seseorang, karena budaya organisasi menyokong tumbuhnya kreativitas sehingga menumbuhkan perilaku inovatif dari anggotaorganisasi tersebut (Parashakti, 2016). Budaya organisasi adalah variabel yang sangat penting bagi setiap organisasi untuk membangun perilaku yang inovatifdalam konteks pencapaian kinerja organisasi, dimana perilaku kerja yang positifdalam bentuk inovasi menjadi bagian yang penting untuk mempersiapkankemampuan daya saing (Prayudhayanti, 2014). Eskileret at al (2016) mengatakan budaya organisasi mendukung inovatif dalam pertumbuhan perilaku inovatif karyawan.

Fey dan Denison (2003) budaya organisasi merupakan nilai-nilai, kepercayaan, dan prinsip-prinsip yang berfungsi sebagai dasar sistem manajemen organisasi, praktek-praktek manajemen dan perilaku yang membantu memperkuat prinsip dasar.Menurut Schein (dalam Marliani, 2015) budaya organisasi adalah pola dasar yang diterima oleh organisasi untuk bertindak dan memecahkan masalah, membentuk karyawan yang mampu beradaptasi dengan lingkungan dan mempersatukan anggota-anggota organisasi. Untuk itu harus diajarkan kepada anggota termasuk anggota yang baru sebagai suatu cara yang benar dalam mengkaji, berpikir dan merasakan masalah yang dihadapi. Menurut Fey & Denision (2003) ada beberapa aspek budaya organisasi yaitu aspek *Involvement* (keterlibatan), aspek *Consistency* (konsistensi), aspek *Adaptability* (adaptabilitas), dan aspek *Mission* (misi atau tujuan).

Suatu budaya dapat mendukung keterkaitan antara adopsi teknologi dan pertumbuhan organisasi yang bisa menjadi faktor penentu keberhasilan strategi pertumbuhan organisasi dan memainkan peran penting dalam menentukan keberhasilan atau kegagalan organisasi (Qaziet al.,2017). Menurut Sihotang dan Zebedeus (2013) budaya organisasi merupakan perilaku budaya individu yang bekerja secara bersama-sama untuk tujuan organisasi sehingga setiap individu atau karyawan dalam organisasi perlu memahami kepentingan organisasi secara keseluruhan untuk menciptakan komitmen pribadi dalam mengembangkan organisasi yang maju, unggul dan memiliki standar kualitas tinggi, bermanfaat dan kerja keras. Budaya organisasi merupakan sejumlah pemahaman penting,seperti norma, sikap, dan keyakinan, yang dimiliki bersama oleh anggota organisasi (Fauziet al., 2016).

Budaya organisasi merupakan sebagai suatu pola dari asumsi-asumsi dasar yang ditemukan, diciptakan atau dikembangkan oleh suatu kelompok tertentu dengan maksud agar organisasi bisa mengatasi, menanggulangi permasalahan yang timbul akibat adaptasi eksternal dan integritas internal yang sudah berjalan dengan cukup baik sehingga perlu diajarkan dan diterapkan kepada anggota-anggota baru sebagai cara yang benar untuk memahami, memikirkan dan merasakan bagian dari suatu organisasi (Novziransyah, 2017). Budaya organisasi merupakan pengendali dan arah dalammembentuk sikap dan perilaku manusia yang melibatkan diri dalam suatu kegiatan organisasi, secara individu maupun kelompok,pegawai tidak akan terlepas dengan budaya organisasi (Djuremiet al.,2016).

Caoet al.(2015) mempersepsikan budaya organisasi sebagai sebuah pola asumsi dasar bersama yang dipelajari oleh suatu kelompok ketika memecahkan masalah adaptasi eksternal sehingga yang telah bekerja cukup baik dianggap valid dan oleh karena itu diajarkan kepada anggota baru sebagai cara yang benar untuk memahami, berpikir, dan merasa sebagai bagian dari organisasi itu. Penelitian yang dilakukan oleh Sinha (2016) yang secara empiris menyelidiki hubungan budaya organisasi, perilaku inovatif dan sikap kerja (Afsar dan Badir, 2016). Berdasarkan uraian diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah ada hubungan antara kesejahteraan subjektif dengan perilaku inovatif pada karyawan milenial?. Berdasarkan uraian diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara budaya organisasi dengan perilaku inovatif pada karyawan milenial. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat membawa manfaat, baik, secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan informasi, penambahan wawasan dan pengembangan disiplin ilmu pengetahuan psikologi industri organisasi khususnya dalam pengelolaan sumber daya manusia terutama yang berhubungan dengan perilaku inovatif dan budaya organisasi pada karyawan milenial. Selain itu juga, penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu sumber rujukan bagi siapa saja yang akan meneliti lebih lanjut mengenai budaya organisasi maupun perilaku inovatif karyawan pada suatu perusahaan. Manfaat praktis dalam penelitian ini adaah jika hipotesis dalam penelitian ini diterima, maka hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi dengan upaya peningkatan perilaku inovatif dengan mempertimbangkan faktor budaya organisasi

**METODE PENELITIAN**

Jumlah subjek dalam penelitian ini sebanyak 50 karyawan milenial. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini mengunakan metode pengukuran skala. Skala merupakan kesepakatan yang dapat digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada pada alat ukur, sehingga alat ukur tersebut digunakan dalam pengukuran yang menghasilkan kuantitatif (Sugiono, 2016). Terdapat dua skala psikologis yang diginakan dalam pengumpulan data penelitian ini yaitu Skala Perilaku Inovasi dan Skala Budaya Organisasi. Skala perilaku inovatif terdiri dari 24 aitem dengan alternatif jawaban yaitu Sangat Sesuai (SS), Sesuai (S), Tidak Sesuai (TS) dan Sangat Tidak Sesuai (STS). Skala iklim organisasi terdiri dari aitem-aitem pernyataan yang bersifat *favourable* dan *unfavorable*. Skala pengukuran iklim organisasi dimulai dengan menggunakan rentan skor 1 sampai dengan 4. Pernyataan *Favourable* memiliki skor 4 untuk jawaban SS (Sangat Sesuai), Skor 3 untuk jawaban S (Sesuai), skor 2 untuk jawaban TS (Tidak Sesuai), skor 1 untuk jawaban STS (Sangat Tidak Sesuai). Pernyataan *unfavourable* memiliki skor 1 untuk jawaban SS (Sangat Sesuai), Skor 2 untuk jawaban S (Sesuai), skor 3 untuk jawaban TS (Tidak Sesuai), skor 4 untuk jawaban STS (Sangat Tidak Sesuai). Pemilihan aitem skala berdasarkan pengujian daya beda aitem atau daya diskriminasi aitem. Indeks daya beda aitem yang dapat dianggap memuaskan adalah 0,30, tetapi apabila jumlah aitem yang valid masih belum mencukupi jumlah yang diinginkan, peneliti dapat mempertimbangkan untuk menurunkan batas kriteria menjadi 0,25 atau 0,20 (Azwar, 2012). Uji reliabilitas dilakukan menggunakan alpha cronbach. Azwar (2012) menyatakan koefisien reliabilitas berada pada rentang 0 sampai 1,00 yang berarti semakin tinggi (mendekati 1,00) berarti semakin tinggi reliabilitasnya dan sebaliknya koefisien reliabilitas yang mendekati angka 0 berarti reliabilitasnya semakin rendah. Peneliti melakukan uji coba pada tanggal 5 Juni 2021 sampai dengan 9 Juni 2021 kepada 40 karyawan milenial di Manokwari dengan menggunakan *google form*. Berdasarkan hasil uji coba yang dilakukan oleh peneliti, peneliti menggunakan daya beda aitem sebesarr 0,300 yang dimana dari 24 aitem awal menunjukkan bahwa tidak adanya aitem yang gugur. Adapun reliabilitas dalam penelitian ini diperoleh 0,946 dengan daya diskriman aitem atau daya beda aitem bergerak dari 0,332 sampai dengn 0,809.

Skala budaya organisasi terdiri dari 24 aitem dengan alternatif jawaban yaitu Sangat Sesuai (SS), Sesuai (S), Tidak Sesuai (TS) dan Sangat Tidak Sesuai (STS). Skala iklim organisasi terdiri dari aitem-aitem pernyataan yang bersifat *favourable* dan *unfavorable*. Skala pengukuran budaya organisasi dimulai dengan menggunakan rentan skor 1 sampai dengan 4. Pernyataan *Favourable* memiliki skor 4 untuk jawaban SS (Sangat Sesuai), Skor 3 untuk jawaban S (Sesuai), skor 2 untuk jawaban TS (Tidak Sesuai), skor 1 untuk jawaban STS (Sangat Tidak Sesuai). Pernyataan *unfavourable* memiliki skor 1 untuk jawaban SS (Sangat Sesuai), Skor 2 untuk jawaban S (Sesuai), skor 3 untuk jawaban TS (Tidak Sesuai), skor 4 untuk jawaban STS (Sangat Tidak Sesuai). Pemilihan aitem skala berdasarkan pengujian daya beda aitem atau daya diskriminasi aitem. Indeks daya beda aitem yang dapat dianggap memuaskan adalah 0,30, tetapi apabila jumlah aitem yang valid masih belum mencukupi jumlah yang diinginkan, peneliti dapat mempertimbangkan untuk menurunkan batas kriteria menjadi 0,25 atau 0,20 (Azwar, 2012). Uji reliabilitas dilakukan menggunakan alpha cronbach. Azwar (2012) menyatakan koefisien reliabilitas berada pada rentang 0 sampai 1,00 yang berarti semakin tinggi (mendekati 1,00) berarti semakin tinggi reliabilitasnya dan sebaliknya koefisien reliabilitas yang mendekati angka 0 berarti reliabilitasnya semakin rendah. Peneliti melakukan uji coba pada tanggal 5 Juni 2021 sampai dengan 9 Juni 2021 kepada 40 karyawan milenial di Manokwari dengan menggunakan *google form*. Berdasarkan hasil uji coba yang dilakukan oleh peneliti, peneliti menggunakan daya beda aitem sebesarr 0,300 yang dimana dari 24 aitem awal menunjukkan ada satu aitem yang gugur yaitu aitem no 7. Adapun reliabilitas dalam penelitian ini diperoleh 0,945 dengan daya diskriman aitem atau daya beda aitem bergerak dari 0,335 sampai dengn 0,801.

Pengujian hipotesis penelitian ini mengunakan korelasi *product moment* oleh pearson yang bertujuan untuk menguji hubungan antara budaya organisasi dan perilaku inovatif. Peneliti mengunakan analisis korelasi *product moment* karena analisis tersebut sesuai untuk menguji hipotesis hubungan 2 variabel.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Menurut Azwar (2014) untuk mengetahui variabel-variabel penelitian pada subyek yang termasuk tinngi atau rendah dapat dilakukan dengan menetapkan kriteria kategorisasi. Kategorisasi skor jawaban subyek dalam penelitian ini menggunakan tiga kriteria yaitu tinggi, sedang dan rendah. Klasifikasi skor jawaban subyek dari masing-masing variabel adalah:

* 1. Perilaku Inovatif

Hasil kategorisasi skor perilaku inovatif dilihat pada Tabel 6.

**Tabel 6. Kategorisasri skor Skala Perilaku Inovatif**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Kategori** | **Pedoman** | **Skor** | **N** | **Presentase** |
| Tinggi | X ≥ (µ + 1σ) | X ≥ 70 | 47 | 94% |
| Sedang | (µ - 1σ) ≤ X < (µ + 1σ) | 50 ≤ X < 70 | 3 | 6% |
| Rendah | X < (µ - 1σ) | X < 50 | 0 | 0% |
| **Jumlah** |  |  | 50 | 100% |

**Keterangan:**

X = X – Skor subjek

µ = Mean atau rerata hipotetik

σ = Standart deviasi hipotetik

Berdasarkan kategori diatas, dapat diketahui bahwa karyawan milenial yang memiliki perilaku inovatif dalam kategori tinggi sebesar 94% (47 subjek), kategori sedang sebesar 6% (3 subjek) dan kategori rendah sebesar 0% (0 subjek). Hal ini menunjukkan bahwa subjek dalam penelitian sebagian besar memiliki perilaku inovatif pada kategori tinggi

* 1. Budaya Organisasi

Hasil kategorisasi skor budaya organisasi dilihat pada Tabel 7.

**Tabel 7. Kategorisasi skor Skala Budaya Organsasi**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Kategori** | **Pedoman** | **Skor** | **N** | **Presentase** |
| Tinggi | X ≥ (µ + 1σ) | X ≥ 69 | 31 | 62% |
| Sedang | (µ - 1σ) ≤ X < (µ + 1σ) | 46 ≤ X < 69 | 19 | 38% |
| Rendah | X < (µ - 1σ) | X < 46 | 0 | 0% |
| **Jumlah** |  |  | 50 | 100% |

**Keterangan:**

X = X – Skor subjek

µ = Mean atau rerata hipotetik

σ = Standart deviasi hipotetik

Berdasarkan kategori diatas, dapat diketahui bahwa karyawan Milenial yang memiliki Budaya Organisasi dalam kategori tinggi sebesar 62% (31 subjek), kategori sedang sebesar 38% (19 subjek) dan kategori rendah sebesar 0% (0 subjek). Hal ini menunjukkan bahwa subjek dalam penelitian sebagian besar memiliki Budaya Organisasi pada kategori tinggi.

**Uji Prasyarat**

Sebelum melakukan uji hipotesis yang menggunakan teknik analisis korelasi *product moment* terdapat beberapa persyaratan yang harus dipenuhi guna mengetahui apakah data yang dikumpulkan memenuhi syarat untuk dianalis dengan teknik statistik yang dipilih, yaitu dengan melakukan uji normalitas dan uji linieritas (Hadi, 2015).

1. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji untuk mengukur apakah data yang didapatkan memiliki distribusi normal sehingga dapat dipakai dalam bentuk statistik. Kaidah untuk uji normalitas adalah apabila nilai signifikansi dari uji Kolmogorov-Smirnov > 0,050 maka sebaran data mengikuti distribusi normal dan apabila nilai signifikansi Kolmogorov-Smirnov ≤ 0,050 maka sebaran data tidak mengikuti distribusi normal (Hadi, 2015). Dari hasil uji normalitas perilaku inovatif di peroleh KS-Z = 0,126 dengan p = 0,046 dan budaya organisasi di peroleh KS-Z = 0,112 dengan p = 0,160. Data tersebut menunjukkan bahwa skor perilaku inovatif mengikuti sebaran normal dan budaya organisasi mengikuti sebaran data yang tidak normal.

Menurut Hadi (2016) jika jumlah subjek dalam penelitian N ≥ 30 ,maka data dikatakan terdistribusi normal. Jika N ≥ 30 maka data tetap mendekati distribusi normal apapun bentuk awal distribusinya. Maka dari itu, perilaku inovatif dan budaya organisasi dapat digunakan pada langkah selanjutnya yaitu uji linieritas dan uji hipotesis karena jumlah subjek N = 50 (N ≥ 30).

1. Uji Linieritas

Setelah melakukan uji normalitas, peneliti melakukan uji linieritas untuk mengetahui apakah hubungan antara variabel menunjukkan hubungan yang linier atau tidak. Pedoman yang digunakan adalah apabila nilai signifikansi p ≤ 0,050 maka hubungan antara variabel bebas dan terikat merupakan hubungan yang linier. Apabila nilai signifikansi p ≥ 0,050 maka hubungan antara variabel bebas dan terikat bukan merupakan hubungan linier. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan terhadap kedua variabel diperoleh F = 28,776 dengan p = 0,000 (p < 0,050). Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel budaya orgasnisasi dengan perilaku inovatif merupakan hubungan linier.

**Uji Hipotesis**

Uji hipotesis dalam penelitian dilakukan dengan menggunakan teknik korelasi *product momen (pearson correlation)* yang dikembangkan oleh Karl Pearson (Sugiyono, 2016). Teknik *pearson correlation* digunakan untuk menentukan hubungan antara dua variabel yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Jika diperoleh korelasi yang signifikan berarti ada hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Kaidah untuk uji korelasi adalah apabila p < 0,050 berarti ada korelasi antara variabel bebas dan variabel terikat. Jika p ≥ 0,050 berarti tidak ada korelasi antara kedua variabel.

Berdasarkan hasil analisis korelasi *product moment (pearson correlation* diperoleh koefisien korelasi (rxy) = 0,521 (p = 0,000) berarti terdapat hubungan yang positif antara budaya organisasi dengan perilaku inovatif. Semakin tinggi budaya organisasi maka semakin tinggi perilaku inovatif dan sebaliknya semakin rendah budaya organisasi maka semakin rendah perilaku inovatif. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis dalam penelitian ini diterima. Selain itu, hasil analisis data juga menunjukkan koefisien determinasi atau (R2)sebesar 0,272 yang menunjukkan bahwa sumbangan budaya organsasi terhadap perilaku inovatif hanya sebesar 27,2%, sementara sisanya 72,8% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan budaya organisasi dengan perilaku inovatif pada karyawan milenial. Hasil analisis yang dilakukan dengan menggunakan metode Korelasi *Product Moment Pearson* dengan koefisien korelasi sebesar = 0,521 dengan p < 0,01 (p = 0,000) berarti terdapat hubungan yang positif dan sangat signifikan antara budaya organisasi dengan perilaku inovatif. Semakin tinggi budaya organisasi maka semakin tinggi perilaku inovatif dan sebaliknya semakin rendah budaya organisasi maka semakin rendah perilaku inovatif. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis dalam penelitian ini diterima.

Hasil Penelitian ini didukung oleh Prayudhayanti (2014) bahwa adanya pengaruh langsung antara variabel budaya organisasi terhadap perilaku inovatif memiliki koefisien jalur sebesar 0,339. Keterkaitan antara budaya organisasi dan perilaku inovatif merupakan pusat perhatian dari penelitian Desphande and Farley (2004). Hult et al. (2004) dalam penelitiannya menyatakan bahwa dalam lingkungan perusahaan yang penuh dengan tantangan, budaya organisasi merupakan determinan utama bagi perilaku inovatif untuk mencapai kinerja perusahaan secara optimal. Hasil penelitian Wallace et al. (1999) menunjukkan bahwa budaya organisasi mampu membentuk iklim yang kondusif bagi nilai-nilai manajerial organisasi, dan penelitian Erickson (1996) menekankan aspek lingkungan organisasi yang berorientasi pada budaya riset dan pengembangan sebagai faktor penting perusahaan untuk menghadapi persaingan.

Karyawan milenial diharapkan memiliki perilaku inovatif dalam meningkatkan kinerja dan kualitas produk yang dihasilkan oleh perusahaannya. Inovasi membuat sebuah perusahaan dapat dipandang di dunia bisnis dan menjadi pelopor di bidangnya masing-masing (Davila, Eipstein & Shelton, 2006). Campbell, Gasser dan Oswald (dalam De Jong & Den Hartog, 2007) menemukan adanya hubungan positif perilaku inovatif karyawan dan kinerja organisasi. Sejalan dengan hal tersebut, penelitian yang dilakukan oleh Dorner, Gassmann, dan Morhart (2012) menunjukkan bahwa perilaku inovatif mampu meningkatkan kinerja karyawan dan meningkatkan kualitas perusahaan.

Salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku inovatif adalah budaya organisasi. Hal ini dikarenakan bahwa budaya yang ada di suatu organisasi sangat besar pengaruhnya terhadap pembentukan pribadi seseorang, karena budaya organisasi menyokong tumbuhnya kreativitas sehingga menumbuhkan perilaku inovatif dari anggota organisasi tersebut (Parashakti, 2016). Budaya organisasi adalah variabel yang sangat penting bagi setiap organisasi untuk membangun perilaku yang inovatif dalam konteks pencapaian kinerja organisasi, dimana perilaku kerja yang positifdalam bentuk inovasi menjadi bagian yang penting untuk mempersiapkan kemampuan daya saing (Prayudhayanti, 2014). Eskileret at al (2016) mengatakan budaya organisasi mendukung inovasi dalam pertumbuhan perilaku inovatif karyawan.

Fey dan Denison (2003) budaya organisasi merupakan nilai-nilai, kepercayaan, dan prinsip-prinsip yang berfungsi sebagai dasar sistem manajemen organisasi, praktek-praktek manajemen dan perilaku yang membantu memperkuat prinsip dasar. Menurut Trang (2013) budaya organisasi merupakan nilai, anggapan, asumsi, sikap dan norma perilaku yang telah melembaga kemudian diwujudkan dalam penampilan, sikap dan tindakan, dari setiap anggota sehingga menjadi identitas dari organisasi tertentu. Fey dan Denison (2003) menyatakan bahwa ada beberapa aspek budaya organisasi yaitu aspek Involvement (keterlibatan), aspek Consistency (konsistensi), aspek Adaptability (adaptabilitas), dan aspek Mission (misi atau tujuan).

Pada aspek *Involvement* (keterlibatan) adalah Keterlibatan menunjukkan tingkat partisipasi karyawan atau anggota organisasi dalam pengambilan keputusan-keputusan demi kemajuan organisasi. Organisasi yang efektif memberdayakan karyawannya, membangun karyawan secara tim, dan mengembangkan kemampuan sumber daya manusia di semua tingkat. Seseorang yang memiliki keterlibatan yang tinggi antar karyawan dapat efektif untuk meningkatkan kinerja karyawan, mampu berinovatif dan mendorong sikap yang lebih positif (Chughtai, 2008). Sebaliknya dengan keterlibatan yang kurang akan berakibat pada rendahnya kepedulian dan menyebabkan kurang maksimalnya kinerja serta tidak memiliki ide dalam menciptakan suatu inovatif yang baru. Selain itu keterlibatan dan dinilai dapat membantu setiap perusahaan untuk memperoleh keunggulan bersaing karena karyawan sebagai faktor yang tidak dapat diduplikasi oleh pesaing dan tentu saja keterlibatan karyawan juga harus dikelola dengan benar (Andayani et al., 2010). Hal ini didukung dengan analisis tambahan yang dilakukan oleh peneliti adanya korelasi antara Aspek *Involvement* (keterlibatan) dengan perilaku inovatif adalah r = 0,622 dengan p = 0,000 (p<0,050), yang berarti bahwa aspek rangkaian yang diekspresikan memiliki korelasi yang positif dan signifikan terhadap perilaku inovatif. Artinya semakin tinggi aspek *Involvement* (keterlibatan) yang diekspresikan maka semakin tinggi perilaku inovatif pada karyawan Milenial. Aspek *Involvement* (keterlibatan) memiliki pengaruh sebesar 43,8% terhadap perilaku inovatif.

Pada aspek *Consistency* (konsistensi) menunjukkan akan tingkat kesepakatan anggota organisasi terhadap asumsi dasar dan nilai-nilai organisasi. Organisasi juga cenderung efektif karena para karyawan memiliki budaya “kuat” yang konsisten, terkoordinasi, dan terinegrasi dengan baik. Inovasi dan konsistensi sebenarnya bisa menjadi pasangan yang ideal, tergantung penempatannya. Setiap tindakan melibatkan proses dan hasil. Menempatkan konsistensi pada fase proses hanya akan menghasilkan hal yang itu-itu juga tanpa ada perubahan. Seseorang yang memiliki konsistensi dapat menunjukkan bahwa dirinya mampu bersaing serta berinovasi dalam menciptakan suatu peluang. Sebaliknya apabila seseorang tidak memiliki konsistensi maka dirinya tidak akan berkembang dengan baik. Hal ini dikarenakan bahwa dalam meningkatkan inovatif perlu adanya konsistensi didalam diri seseorang (Chughtai, 2008). Hal ini didukung dengan analisis tambahan yang dilakukan oleh peneliti bahwa adanya korelasi antara aspek *Consistency* (konsistensi) dengan perilaku inovatif adalah r = 0,528 dengan p = 0,000 (p<0,050), yang berarti bahwa aspek *Consistency* (konsistensi) memiliki korelasi yang positif dan signifikan terhadap perilaku inovatif. Artinya semakin tinggi aspek *Consistency* (konsistensi) maka semakin tinggi perilaku inovatif pada karyawan Milenial. Aspek *Consistency* (konsistensi) memiliki pengaruh sebesar 27,8% terhadap perilaku inovatif.

Pada aspek *Adaptability* (adaptabilitas) adalah kemampuan organisasi dalam merespon perubahan-perubahan lingkungan ekstrenal dengan melakukan perubahan internal organisasi. Kemampuan adaptabilitas dianggap sebagai karakteristik yang diinginkan untuk membangun lingkungan (Pinder et al., 2017). Adaptasi berfokus pada praktik yang mengarah pada pendeteksian dan reaksi yang lebih cepat terhadap fitur lingkungan (Ramón & Koller, 2017). Menurut Smith dan Webster (2018) kemampuan adaptabilitas merupakan faktor penggerak adanya inovasi dan menjadi aspek penting dari inovasi karena individu harus siap untuk dinilai dan beradaptasi agar bisa menghasilkan luaran inovatif. Sehingga sebagai dasar untuk meningkatkan efektivitas maka kemampuan adaptabilitas diperlukan dalam proses inovasi untuk menghasilkan luaran inovatif. Apabila dalam organisasi memiliki hasil kerja yang berkualitas maka organisasi akan memperoleh keuntungan serta perkembangan organisasi akan lebih terjamin. Kemampuan adaptabilitas merupakan hal yang harus diperhatikan oleh para pelaku bisnis untuk bisa bersaing dalam lingkungan bisnis. Individu yang bertanggung jawab atas perencanaan strategis untuk kemajuan organisasi dianggap sebagai proses dari kemampuan beradaptasi dengan baik (Ramón & Koller, 2016). Pekerjaan yang menantang dapat mengarahkan pada kemampuan adaptabilitas untuk mengembangkan inovasi (Brown, 2014). Peningkatan kemampuan adaptabilitas terhadap lingkungan termasuk keragaman pengetahuan yang meningkat akan memfasilitasi seseorang dalam melakukan inovasi (Dodourova & Bevis, 2014). Hal ini didukung dengan analisis tambahan yang dilakukan oleh peneliti bahwa adanya korelasi antara aspek *Adaptability* (adaptabilitas) dengan perilaku inovatif adalah r = 0,433 dengan p = 0,001 (p<0,050), yang berarti bahwa aspek *Adaptability* (adaptabilitas) memiliki korelasi yang positif dan signifikan terhadap perilaku inovatif. Artinya semakin tinggi aspek *Adaptability* (adaptabilitas) maka semakin tinggi perilaku inovatif pada karyawan Milenial. Aspek *Adaptability* (adaptabilitas), memiliki pengaruh sebesar 18,7% terhadap perilaku inovatif.

Pada aspek Mission (misi) merupakan arah atau tujuan inti dari organisasi yang menjadikan anggota organisasi yakin dan teguh teradap apa yang dianggap penting oleh organisasi. Organisasi yang sukses memiliki tujuan yang jelas dan arahan yang mendifinisikan tujuan Proses inovatif dalam mengembangkan arah dan sesuai misi dan tujuan akan menghasilkan suatu ide yang berguna dalam menciptakan hal baru (Nursisto, 2002). Selain itu juga, dapat membuat keputusan tentang bagaimana berlangsungnya inovatif yang didasarkan atas partisipasi diharapkan dapat menumbuhkan ‘rasa memiliki’ bagi semua kelompok yang merupakan hal penting. Seseorang yang mampu bekerja sesuai misi dan tujuan mampu mengarahkan dirinya untuk berperilaku inovatif dan juga berinsiatif dalam mencapai tujuan yang baru. Hal ini didukung dengan analisis tambahan yang dilakukan oleh peneliti bahwa adanya korelasi antara aspek *Mission* (misi atau tujuan) dengan perilaku inovatif adalah r = 0,352 dengan p = 0,006 (p<0,050), yang berarti bahwa aspek *Mission* (misi atau tujuan) memiliki korelasi yang positif dan signifikan terhadap perilaku inovatif. Artinya semakin tinggi aspek *Mission* (misi atau tujuan) maka semakin tinggi perilaku inovatif pada karyawan Milenial. Aspek *Mission* (misi atau tujuan) memiliki pengaruh sebesar 12,3% terhadap perilaku inovatif.

Suatu budaya dapat mendukung keterkaitan antara adopsi teknologi dan pertumbuhan organisasi yang bisa menjadi faktor penentu keberhasilan strategi pertumbuhan organisasi dan memainkan peran penting dalam menentukan keberhasilan atau kegagalan organisasi (Qaziet al.,2017). Menurut Sihotang dan Zebedeus (2013) budaya organisasi merupakan perilaku budaya individu yang bekerja secara bersama-sama untuk tujuan organisasi sehingga setiap individu atau karyawan dalam organisasi perlu memahami kepentingan organisasi secara keseluruhan untuk menciptakan komitmen pribadi dalam mengembangkan organisasi yang maju, unggul dan memiliki standar kualitas tinggi, bermanfaat dan kerja keras. Budaya organisasi merupakan sejumlah pemahaman penting,seperti norma, sikap, dan keyakinan, yang dimiliki bersama oleh anggota organisasi (Fauziet al., 2016).

Budaya organisasi merupakan sebagai suatu pola dari asumsi-asumsi dasar yang ditemukan, diciptakan atau dikembangkan oleh suatu kelompok tertentu dengan maksud agar organisasi bisa mengatasi, menanggulangi permasalahan yang timbul akibat adaptasi eksternal dan integritas internal yang sudah berjalan dengan cukup baik sehingga perlu diajarkan dan diterapkan kepada anggota-anggota baru sebagai cara yang benar untuk memahami, memikirkan dan merasakan bagian dari suatu organisasi (Novziransyah, 2017). Budaya organisasi merupakan pengendali dan arah dalammembentuk sikap dan perilaku manusia yang melibatkan diri dalam suatu kegiatan organisasi, secara individu maupun kelompok,pegawai tidak akan terlepas dengan budaya organisasi (Djuremiet al.,2016).

Caoet al.(2015) mempersepsikan budaya organisasi sebagai sebuah pola asumsi dasar bersama yang dipelajari oleh suatu kelompok ketika memecahkan masalah adaptasi eksternal sehingga yang telah bekerja cukup baik dianggap valid dan oleh karena itu diajarkan kepada anggota baru sebagai cara yang benar untuk memahami, berpikir, dan merasa sebagai bagian dari organisasi itu. Penelitian yang dilakukan oleh Sinha (2016) yang secara empiris menyelidiki hubungan budaya organisasi, perilaku inovatif dan sikap kerja (Afsar dan Badir, 2016).

Hasil kategorisasi pada menunjukkan karyawan milenial yang memiliki perilaku inovatif dalam kategori tinggi sebesar 94% (47 subjek), kategori sedang sebesar 6% (3 subjek) dan kategori rendah sebesar 0% (0 subjek). Hal ini menunjukkan bahwa subjek dalam penelitian sebagian besar memiliki perilaku inovatif pada kategori tinggi. Sedangkan pada budaya organisasi, karyawan Milenial yang memiliki Budaya Organisasi dalam kategori tinggi sebesar 62% (31 subjek), kategori sedang sebesar 38% (19 subjek) dan kategori rendah sebesar 0% (0 subjek).

Hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa (R2)sebesar 0,272 yang menunjukkan bahwa sumbangan budaya organsasi terhadap perilaku inovatif hanya sebesar 27,2%, sementara sisanya 72,8% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hal ini menunjukkan bahwa budaya organisasi merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perilaku inovatif pada karyawan Milenial.

Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa hubungan yang positif dan sangat signifikan antara budaya organisasi dengan perilaku inovatif. Semakin tinggi budaya organisasi maka semakin tinggi perilaku inovatif. Sebaliknya semakin rendah budaya organisasi maka semakin rendah perilaku inovatif.

KESIMPULAN DAN SARAN

 Berdasarkan hasil dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan sangat signifikan antara budaya organisasi dengan perilaku inovatif. Hal tersebut dapat dilihat dari koefisien korelasi (rxy) = 0,521 dengan p = 0.000 (p < 0,01) yang berarti adanya hubungan yang positif dan sangat signifikan antara budaya organisasi dengan perilaku inovatif pada karyawan milenial. Semakin tinggi budaya organisasi maka semakin tinggi perilaku inovatif. Sebaliknya semakin rendah budaya organisasi maka semakin rendah perilaku inovatif.

Hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa (R2)sebesar 0,272 yang menunjukkan bahwa sumbangan budaya organsasi terhadap perilaku inovatif hanya sebesar 27,2%, sementara sisanya 72,8% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hal ini menunjukkan bahwa budaya organisasi merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perilaku inovatif pada karyawan Milenial. Hasil kategorisasi menunjukkan bahwa karyawan milenial yang memiliki perilaku inovatif dalam kategori tinggi sebesar 94% (47 subjek), kategori sedang sebesar 6% (3 subjek) dan kategori rendah sebesar 0% (0 subjek). Hal ini menunjukkan bahwa subjek dalam penelitian sebagian besar memiliki perilaku inovatif pada kategori tinggi. Sedangkan pada budaya organisasi, karyawan Milenial yang memiliki Budaya Organisasi dalam kategori tinggi sebesar 62% (31 subjek), kategori sedang sebesar 38% (19 subjek) dan kategori rendah sebesar 0% (0 subjek). Adapun saran dalam penelitian ini diharapkan bagi Karyawan Milenial dapat meningkatkan perilaku invaotif dengan adanya faktor budaya organsasi. Adapun cara meningkatkan budaya organisasi pada karyawna dengan adanya penyesuaian diri terhadap lingkungan kerja, mampu terbiasa dengan lingkungan sekitar, berpikir positif serta mampu menjalankan aktivitasnya sebagai karyawan pekerja. Pada proses pelaksanaan penelitian, peneliti menyadari adanya kekurangan dan keterbatasan pada penelitian ini. Pada proses pengumpulan data, dikarenakan masih dalam pandemi Covid-19 yang tidak memungkinkan peneliti untuk mengambil data secara langsung maka proses pengambilan data dalam penelitian ini terpaksa dilakukan secara *online* dengan menyebar skala melalui *google form*, sehingga tidak bisa dipastikan bahwa data yang didapat dapat menggambarkan keadaan subjek yang sebenarnya. Peneliti menyarankan untuk penelitian selanjutnya, skala lebih baik disebarkan secara langsung tatap muka untuk menjaga keakuratan informasi yang diberikan oleh subjek penelitian.

Bagi peneliti selanjutnya apabila tertarik meneliti kajian yang sama, diharapkan untuk meneliti subjek yang berbeda selain karyawan milenial agar mendapatkan data penelitian yang lebih sesuai dengan permasalahan yang sedang dikaji. Selain itu juga, peneliti selanjutnya diharapkan lebih update dalam teori yang dikaji dan diharapkan dapat mencari variabel lain selain budaya organisasi jika ingin meneliti perilaku inovatif. Peneliti diharapkan lebih menggali permasalahan yang akan diteliti selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

Aditya, D. N. R., & Ardana, K. (2016). Pengaruh iklim organisasi, kepemimpinan transformasional, self efficacy terhadap perilaku kerja inovatif. E-Jurnal Manajemen Unud, 5(3), 1801-1830.

Amabile, T. M. (1998). Motivating creativity in organizations: On doing what you love and loving what you do. California Management Review, 40(1), 3958.

Amallia, R. D. (2007). Hubungan antara iklim organisasi dengan peluang untuk berkreasi pada karyawan desain PT batik danar hadi surakarta. Skripsi. Fakultas Kedokteran Universitas Diponegoro.

Amo, B. W., & Kolvereid, L. (2005). Organizational strategy, individual personality and innovative behaviour. Journal of Enterprising Culture, 13, 7-20.

Balkar, B. (2015). The relationships between organizational climate, innovative behavior and job performance of teachers. International Online Journal of Educational Sciences, 7(2), 81-92.

Birasnav, M. S. R., & Dalpati, A. (2011). Transformational leadership and human capital benefits: the role of knowledge management. Leadership & Organization Development Journal, 32(2), 106-126.

Brigden, K., & Stringer, R. (2000). Ammonia and urea production: Incidents of ammonia release from the profertil urea and ammonia facility. Bahia Blanca, Argentina: Greenpeace Research Laboratories, Departement of Biological Science University of Exeter, UK.

De Jong, J., & De Hartog, D. (2008). Innovative work behavior: measurement and validation. Working paper. Amsterdam: EIM Business and Policy Research. De Jong, J., & De Hartog, D. (2010). Measuring innovative work behavior. Creativity and Innovation Management, 19, 23-36. 65

Dewi, L. F. A. A., & Yunisanti, Reny & Prahara, S. A. (2017). Hubungan persepsi terhadap lingkungan kerja dengan perilaku inovatif karyawan bagian penjualan. InSight, 19(1), 13-25.

Ebrahimi, M., & Mohamadkhani, K. (2014). The Relationship between organizational climate and job involvement among teachers of high schools in delijan city (iran). Jurnal Manajemen Internasional, 4(1), 65- 72.

Effendi. (2001). Ilmu komunikasi : Teori dan praktek. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.

El-Manurwan, M., & Sawitri, D. R. (2017). Hubungan antara iklim organisasi dengan perilaku inovatif pada karyawan PT PLN persero distribusi jawa barat apj bogor. Jurnal Empati, 7(3), 351- 356.

Etikariena, A., & Muluk, H. (2014). Correlation between organizational memory and innovative work behavior. Makara Hubs-Asia, 8(3), 77-88. Fedai, M. (2016). Relationship between organizational ethical climate and innovative behavior: An example from turkey. International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences, 6(10), 117-127.

French. (1994). Development, behavior interventions for organizational improvement. New Jersey: Prentice Hall Inc,

Englewood Cliffs. Gunawan, W. S., & Surya, I. B. K. (2015). Pengaruh kepemimpinan transformasional terhadap pemberdayaan karyawan dan inovasi organisasi pada mozzarella restaurant. E-Jurnal Manajemen Unud. 4(6), 1591-1609.

Hadi, S. (2004). Statistika jilid dua. Yogyakarta : Pustaka Pelajar. Hammond, M. M., Neff, N. L., Farr, J. L.,

Schwall, A. R., & Zhao, X. (2011). Predictors of individual-level innovation at work: A meta-analysis. Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts, 5(1), 90.

Hartini, S. (2012). Peran inovasi: Pengembangan kualitas produk dan kinerja bisnis. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan Universitas Aitrlangga, 14(1), 82-88.

Hatta, H. M., & Parahyanti, E. (2016). Hubungan antara identitas organisasi dan perilaku kerja inovatif di industri kreatif: Studi pada karyawan perusahaan x. Jurnal Psikogenesis, 4(1), 85-98. Hutahaean, E. S. (2005). Kontribusi pribadi kreatif dan iklim organisasi terhadap perilaku inovatif. Proceeding Seminar Nasional PESAT, 159-167. 66

Imran, R., Saeed, T., Anis-Ul-Haq, M., & Fatima, A. (2010). Organizational climate as a predictor of innovative work behavior. African Journal of Business Management, 4(15), 3337-3343.

 Jones, B. (2012). Innovation and human resources: Migration policies and employment protection policies. NESTA: Compendium of evidence on the effectiveness of innovation policy intervention. Manchester: Manchester Institute of Innovation Research, University of Manchester

Kalimashada, S. B., & Hidayat, A. E. (2014). Pengaruh iklim organisasi terhadap perilaku inovatif di tempat kerja. Naskah Publikasi. Fakultas Psikologi Universitas Indonesia.

Kleysen, R. F., & Street, C. T. (2001). Toward a multi-dimensional measure of individual innovative behavior. Journal of Intellectual Capital, 2(3), 1469-1930. Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2008). Organizational Behavior 12th Edition. Pearson Education, Inc.

Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2013). Organizational Behavior 13th Edition. Pearson Education, Inc.

Shalley, C. E., Zhou, J., & Oldham. (2004). The effects of personal and contextual characteristics on creativity: Where should we go from here. Journal of Management, 6, 933-958. Solomon , M. R. (2004). Consumer behavior, buying, having and being 6th Edition. New Jersey: Prentice Hall. 68 Solomon, T. G.,

Winslow, K. E., & Tarabishy, A. (1998). The role of climate in fostering innovative behavior in entrepreneurial SMEs. Washington, DC: The George Washington University.