

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara Persepsi Terhadap Kompensasi dengan Intensi *Job Hopping* pada pakerja generasi milenial di Perusahaan *E-Commerce*. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah ada hubungan negatif antara Persepsi Terhadap Kompensasi dengan Intensi *Job Hopping* pada pekerja generasi milenial di Perusahaan *E-Commerce* . Subjek dalam penelitian ini berjumlah 75 responden, dengan karakteristik pekerja generasi milenial yang lahir pada tahun 1998-2000 di Perusahaan *E-Comamerce*. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah Skala Persepsi Terhadap Kompensasi dan Skala Intensi *Job Hopping*. Metode analisis data yang digunakan adalah korelasi *Product Moment*. Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh koefisien korelasi ( $r_{xy}$ ) sebesar -0,633 dengan taraf signifikansi 0,000 yang berarti adanya hubungan negatif antara variabel Persepsi Terhadap Kompensasi dengan Intensi *Job Hopping* pada pekerja generasi milenial di Perusahaan *E-Commerce*. Variabel Persepsi Terhadap Kompensasi memberikan kontribusi sebesar 40.0% terhadap variabel Intensi Job Hopping pada karyawan generasi milenial di Perusahaan *E-Commerce*, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata kunci:** Persepsi Terhadap Kompensasi, Intensi *Job Hopping*, Generasi Milenial

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine the relationship between Perception of Compensation with Job Hopping Intentions in millennial generation workers in E-Commerce Companies. The hypothesis proposed in this study is that there is a negative relationship between Perception of Compensation and Job Hopping Intentions in millennial generation workers in E-Commerce Companies. The subjects in this study amounted to 75 respondents, with the characteristics of millennial generation workers who were born in 1998-2000 in E-Commerce Companies. The data collection method used is the Perception of Compensation Scale and the Job Hopping Intention Scale. The data analysis method used is Product Moment correlation. Based on the results of the study, the correlation coefficient ( $r_{xy}$ ) of -0.633 with a significance level of 0.000 means that there is a negative relationship between the variable Perception of Compensation and Job Hopping Intentions in millennial generation workers in E-Commerce Companies. The Perception of Compensation Variable contributed 40.0% to the Job Hopping Intention variable in millennial generation employees in E-Commerce Companies, while the rest was influenced by other factors not examined in this study.*

**Keywords:** *Perception of Compensation, Job Hopping Intention, Millennial Generation Workers*