

HUBUNGAN ANTARA *PSYCHOLOGICAL CAPITAL* DAN *VOICE BEHAVIOR* PADA KARYAWAN PT MATAHARI LEISURE

Aisha Hafsari Nurzamila¹, Unika Prihatsanti¹

¹Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro
Jl. Prof. Mr. Sunario, Tembalang, Semarang, 50275
E-mail: aishahafsarinz@gmail.com

ABSTRAK

Persaingan industri manufaktur yang semakin ketat dan peningkatan efisiensi menuntut organisasi untuk terus melakukan inovasi dan perbaikan berkelanjutan, sehingga diperlukan keterlibatan aktif karyawan melalui penyampaian ide, saran, pendapat, maupun kekhawatiran di organisasi dengan tujuan memperbaiki kondisi dan melakukan perubahan. Perilaku tersebut disebut sebagai *voice behavior*, yang diduga memiliki hubungan dengan *psychological capital* sebagai keadaan psikologis positif yang dimiliki oleh karyawan, ditandai dengan harapan, efikasi diri, resiliensi, dan optimisme. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *psychological capital* dan *voice behavior* pada karyawan PT Matahari Leisure. Subjek dalam penelitian ini berjumlah 67 karyawan PT Matahari Leisure (Laki-laki = 94,03%, Perempuan = 5,97%). Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *convenience sampling*. Pengumpulan data penelitian menggunakan skala *Psychological Capital Questionnaire* (PCQ) (23 item valid; $\alpha = 0,922$) dan skala *Voice Behavior* (27 item valid; $\alpha = 0,907$). Uji hipotesis menggunakan analisis regresi sederhana menunjukkan bahwa *psychological capital* dapat memprediksi *voice behavior* ($R_{xy} = 0,395$) dan memberikan sumbangan efektif sebesar 15,6% ($R^2 = 0,156$). Hasil penelitian ini membuktikan adanya hubungan positif antara *psychological capital* dan *voice behavior*. Artinya, semakin tinggi tingkat *psychological capital*, maka semakin tinggi pula tingkat *voice behavior* pada karyawan PT Matahari Leisure.

Kata Kunci: *psychological capital*; *voice behavior*; karyawan manufaktur

THE RELATIONSHIP BETWEEN PSYCHOLOGICAL CAPITAL AND VOICE BEHAVIOR OF EMPLOYEES AT PT MATAHARI LEISURE

Aisha Hafsari Nurzamila¹, Unika Prihatsanti¹

¹Faculty of Psychology Diponegoro University
Jl. Prof. Mr. Sunario, Tembalang, Semarang, 50275
E-mail: aishahafsarinz@gmail.com

ABSTRACT

The increasingly fierce competition in the manufacturing industry and the need for greater efficiency require organizations to continually innovate and improve. This demands active employee engagement through sharing ideas, suggestions, opinions, and concerns within the organization, aiming to improve conditions and implement change. Such behavior is referred to as voice behavior, which is believed to be related to psychological capital, a positive psychological state possessed by employees, characterized by hope, self-efficacy, resilience, and optimism. This study aims to examine the relationship between psychological capital and voice behavior among employees at PT Matahari Leisure. The study involved 67 employees of PT Matahari Leisure (Male = 94.03%, Female = 5.97%). The sampling technique used was convenience sampling. Data were collected using the Psychological Capital Questionnaire (PCQ) (23 valid items; $\alpha = 0.922$) and the Voice Behavior scale (27 valid items; $\alpha = 0.907$). Hypothesis testing using simple regression analysis showed that psychological capital can predict voice behavior ($R_{xy} = 0.395$) and provides an effective contribution of 15.6% ($R^2 = 0.156$). The results of this study demonstrate a positive relationship between psychological capital and voice behavior. This means that the higher the level of psychological capital, the higher the level of voice behavior among employees at PT Matahari Leisure.

Keywords: psychological capital; voice behavior; manufacturing employees

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kajian penelitian tentang *voice behavior* semakin berkembang dalam lima tahun terakhir, dibuktikan dengan jumlah terbitan 413 artikel penelitian mengenai *voice behavior* dari tahun 2019 hingga 2024 (Amaliyah dkk., 2024). Beberapa penelitian secara konsisten menegaskan bahwa *voice behavior* memiliki peran penting dalam mendukung pertumbuhan dan pembangunan berkelanjutan, serta keberhasilan organisasi dalam mencapai tujuannya (Akinwale dkk., 2025; Ayop & Ishak, 2023; Du & Wang, 2021; Li dkk., 2022; Um-E-Rubbab & Naqvi, 2020; Yoo, 2017).

Penelitian mengenai *voice behavior* telah dilakukan pada posisi karyawan di berbagai seting organisasi atau perusahaan, antara lain adalah sektor militer, manufaktur, informasi teknologi (IT), swasta dan publik di sektor industri dan jasa, lembaga sektor publik, serta layanan kesehatan (Hilverda dkk., 2018; Torre, 2019; Prince & Rao, 2020; Torre dkk., 2021; Kim & Cho, 2023; Hague dkk., 2025). Studi-studi tersebut menunjukkan bahwa *voice behavior* terbukti dapat mendorong peningkatan inovasi organisasi dan kinerja organisasi secara keseluruhan.

Voice behavior digambarkan sebagai perilaku karyawan yang mampu bersuara, berbagi ide, masukan, atau menyoroti masalah potensial dalam organisasi (Li & Hang, 2017). Konsep ini mengkaji bagaimana karyawan terdorong untuk menyampaikan saran mereka untuk meningkatkan organisasi atau menyampaikan

kekhawatiran untuk mencegah organisasi dari peristiwa yang merugikan (Lin & Johnson, 2014). Morrison (2023) mengungkapkan bahwa *voice behavior* adalah komunikasi informal dan sukarela tentang ide, saran, kekhawatiran, masalah, atau pendapat terkait pekerjaan, yang bertujuan mendorong perbaikan atau perubahan.

Karyawan yang memiliki *voice behavior* tinggi memiliki rasa berdaya untuk berbagi ide dan umpan balik, berkontribusi terhadap inovasi, serta peningkatan organisasi (Jebsen dkk., 2022). Semakin tinggi perilaku *voice* karyawan maka akan meningkatkan kreativitas, kinerja, eksplorasi, dan pemanfaatan ide (Ng & Feldman, 2012). Beberapa karakteristik yang dapat meningkatkan kecenderungan *voice behavior* adalah keterbukaan, kesediaan untuk mendengarkan, serta memberikan kesempatan untuk berbicara (Andiyasari dkk., 2017; Um-E-Rubbab & Naqvi, 2020). Ketika karyawan cukup termotivasi untuk memilih bersuara, mampu melakukan, serta memiliki kesempatan untuk bersuara melalui berbagai saluran yang tersedia menyebabkan kecenderungan karyawan untuk menunjukkan *voice behavior* dalam organisasi (Morrison, 2014; Latif & Arif, 2018). Selain itu, karyawan yang merasa dihargai dan diberi kesempatan untuk memanfaatkan kekuatan serta potensinya cenderung lebih aktif berkomunikasi dan berkontribusi terhadap perbaikan organisasi (Hadisa dkk., 2023). Keterlibatan karyawan akan membuat mereka yakin bahwa menyuarakan pendapat akan aman dan hal itu berdampak pada hasil yang efektif bagi organisasi.

Karyawan berpeluang belajar lebih banyak dari kesalahan dan kelemahan mereka melalui adanya *voice behavior* sehingga dapat mencegah kerugian finansial dalam organisasi (Bai dkk., 2017). Ouyang dkk. (2022) menyebutkan bahwa *voice*

behavior berperan penting agar organisasi dapat berjalan secara sehat. Hal tersebut disebabkan karena seiring perkembangan perusahaan, manajemen semakin terbantu dalam membuat keputusan yang tepat mengenai tantangan dan hambatan yang mungkin dihadapi karyawan (Hosseini dkk., 2022). Organisasi harus mempertimbangkan *voice behavior* sebagai faktor kunci dalam mencapai tujuannya. Ketika organisasi dapat mendorong *voice behavior* pada karyawan, maka organisasi dapat mengambil keputusan manajemen yang efisien dan memecahkan masalah (Akhtar dkk., 2016). Selain itu, Shaw dkk. (2019) mengungkapkan bahwa *voice behavior* juga dapat mendukung kemajuan karyawan. Bagi karyawan, *voice behavior* dapat memenuhi kebutuhan aktualisasi diri, meningkatkan rasa kendali atas pekerjaan, serta memberikan kontribusi positif terhadap kesehatan fisik dan psikologis (Morrison, 2014).

Rendahnya *voice behavior* ditunjukkan dengan karyawan yang menahan ide, gagasan, saran, kekhawatiran, informasi mengenai masalah, atau opini mengenai permasalahan yang berhubungan dengan pekerjaan (Morrison, 2023). Hal ini berkaitan dengan situasi di mana karyawan tidak menyampaikan pendapat tentang kesalahan, perlakuan yang tidak adil, atau perilaku yang melanggar standar pribadi, moral, atau hukum (Knoll & van Dick, 2013). Karyawan yang tidak merasa terlibat dalam organisasi cenderung menjadi lebih konservatif dan tidak akan mengungkapkan kekhawatiran mereka karena merasa takut atau tidak aman (Chih Ho, 2017), yang pada akhirnya *voice behavior* dapat menimbulkan beberapa potensi kesalahan bagi karyawan, seperti tantangan terhadap otoritas, ketegangan antar personal, atau hasil negatif yang tidak terduga yang membuat situasi

karyawan cenderung memilih untuk diam saat menghadapi masalah organisasi (Luo dkk., 2024). Isu ini sangat penting bagi organisasi karena jika karyawan tetap diam akibat kemungkinan konsekuensi negatif dari menyampaikan masukan (*voice*), mereka mungkin kehilangan kesempatan untuk meningkatkan efektivitas organisasi (Jung & Choi, 2025). Ketiadaan *voice behavior* juga dianggap sebagai potensi penyebab kegagalan organisasi serta mengancam keberlanjutan keunggulan kompetitif (Milliken dkk., 2003). Ashford dkk. (2009) juga menyatakan bahwa ketika karyawan enggan menyampaikan pendapat, ide, maupun saran di tempat kerja, organisasi menghadapi dampak yang merugikan, seperti menurunnya kinerja dan produktivitas, praktik korupsi, melemahnya moral karyawan, hingga risiko kecelakaan kerja.

PT Matahari Leisure merupakan perusahaan *Original Equipment Manufacturer* (OEM) terkemuka di Indonesia yang telah menjalankan kegiatan operasional selama lebih dari lima dekade, dengan spesialisasi dalam pembuatan permainan arcade, peralatan medis, dan solusi teknologi kustom. PT Matahari Leisure berkomitmen untuk menjadi mitra terpercaya dengan menyediakan produk yang berkualitas, melakukan perbaikan berkelanjutan dalam setiap proses produksi, serta memasok produk-produk berbasis pesanan untuk berbagai sektor, seperti lembaga pemerintah, rumah sakit, operator pendidikan, permainan hiburan dan arcade, dan taman hiburan.

Industri manufaktur di Indonesia saat ini menghadapi persaingan yang ketat, baik di tingkat nasional maupun global yang dipengaruhi oleh berbagai faktor budaya, sosial, dan teknologi sehingga perusahaan perlu menerapkan beberapa

strategi, seperti diferensiasi produk, kepemimpinan biaya, orientasi pasar, serta inovasi teknologi untuk meningkatkan kualitas produk, efisiensi proses, serta loyalitas pelanggan (Ulya dkk., 2024). Helmold dkk. (2022) menyatakan bahwa industri manufaktur yang beroperasi sebagai *Original Equipment Manufacturer* (OEM) saat ini berfokus pada peningkatan efisiensi rantai pasok dengan mengintegrasikan pemasok dan pelanggan ke dalam sistem operasional sehingga perusahaan perlu berinovasi untuk beradaptasi dengan perubahan permintaan konsumen dan peraturan yang berlaku. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa perubahan organisasi yang bersifat positif dapat memunculkan perilaku *voice*, di mana karyawan menerima perubahan tersebut dengan cara memberikan saran dan ide untuk meningkatkan proses perubahan organisasi (Barner, 2008; Svendsen & Joensson, 2016). Kondisi ini menggambarkan situasi yang serupa pada PT Matahari Leisure sebagai perusahaan OEM yang berfokus pada perbaikan berkelanjutan dan inovasi untuk memenuhi ekspektasi pelanggan yang terus meningkat serta persyaratan regulasi, yang berarti karyawan harus fleksibel dan proaktif dalam menjalankan peran mereka. Oleh karena itu, *voice behavior* penting di sektor manufaktur mengingat perannya dalam perbaikan berkelanjutan dan inovasi, sehingga pengetahuan serta ide-ide karyawan juga turut berperan dalam menghadapi lingkungan kerja yang kompetitif dan tidak pasti saat ini (Song dkk., 2022).

Studi pendahuluan yang dilakukan peneliti berdasarkan data wawancara pada tiga orang karyawan menunjukkan bahwa karyawan dituntut untuk memberikan usulan kepada atasan atau rekan kerja melalui berbagai saluran yang

ada di organisasi. PT Matahari Leisure telah mengakomodasi suara karyawan dengan membangun sistem saran atau prosedur penanganan keluhan, maupun secara tatap muka melalui saluran komunikasi langsung seperti aplikasi *chatting* (*whatsapp*, *email*, dan lain-lain). Hasilnya menunjukkan gambaran bahwa karyawan terlibat dalam pemberian suara melalui saluran yang ada. Namun, ide-ide untuk meningkatkan efisiensi, kualitas produk, atau keselamatan kerja yang disampaikan oleh karyawan tidak sepenuhnya dapat tersampaikan secara optimal karena struktur yang hierarkis. Adanya struktur organisasi yang bersifat formal dan berjenjang dapat membuat karyawan kurang nyaman bersuara (Milliken dkk., 2003). Akibatnya, *voice behavior* karyawan menjadi rendah meskipun karyawan memiliki banyak ide yang bermanfaat bagi organisasinya (Bernstein, 2012). Temuan ini sejalan dengan penelitian-penelitian sebelumnya pada sektor manufaktur yang umumnya bersifat struktural dan pengambilan keputusan didominasi oleh manajemen, sehingga karyawan cenderung kurang dilibatkan dalam diskusi terkait pekerjaan mereka, serta partisipasi dan *voice* karyawan di sektor ini dinilai lemah (Erakpotobo dkk., 2023; Wilkinson dkk., 2020).

Studi-studi sebelumnya telah mengidentifikasi beragam faktor yang berkontribusi terhadap perilaku bersuara atau *voice behavior*. Berdasarkan kajian sepuluh tahun terakhir (2015-2025), beberapa faktor yang dapat mempengaruhi *voice behavior* meliputi *perceived organizational support* dan kepribadian proaktif (Adikoeswanto dkk., 2024; Reisa & Sudibjo., 2020), *perceived organizational justice* (Assefa dkk., 2024), *organizational trust* (Zhang dkk., 2024), *cultural intelligence* (Afsar dkk., 2019), *transformational leadership* (Wang dkk., 2018),

servant leadership (Khan dkk., 2025), *leader integrity* (Duan dkk., 2020), *ethical leadership* (Cheng dkk., 2022), serta *self efficacy* (Reisa & Sudibjo, 2020; Fridayani dkk., 2024). Penelitian Prihatsanti dkk. (2023) juga menguraikan faktor-faktor yang mempengaruhi *voice behavior*, antara lain adalah faktor motivasional, organisasional, personal, dan situasional. Pada faktor personal, dijelaskan bahwa *self-efficacy* merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi *voice behavior*. Sebagai individu yang dapat berperilaku lebih proaktif dan berupaya keras untuk memberikan hasil yang positif pada pekerjaan yang sedang dijalankan, efikasi diri penting dimiliki oleh karyawan sebagai anggota organisasi karena mempengaruhi bagaimana cara mereka berpikir, bertindak, dan memotivasi diri untuk melakukan suatu aktivitas (Qian dkk., 2019). Namun demikian, *voice behavior* tidak hanya membutuhkan keyakinan terhadap kemampuan diri, tetapi juga membutuhkan sumber daya psikologis lain yang memungkinkan individu tetap optimis, memiliki harapan, serta mampu menghadapi tantangan dan risiko dalam menyampaikan pendapat, yang secara lebih komprehensif tercakup dalam konstruk *psychological capital*, yang terdiri atas *self-efficacy*, *optimism*, *hope*, dan *resilience* (Luthans dkk., 2007; Prihatsanti dkk., 2020; Sinambela dkk., 2024).

Psychological capital merujuk pada kondisi psikologis positif yang dimiliki individu, ditandai dengan keyakinan dalam mengambil keputusan dan memberikan kinerja terbaik pada situasi yang menantang (*self-efficacy*), sikap positif terhadap keberhasilan saat ini dan masa depan (*optimism*), ketekunan dalam mencapai tujuan (*hope*), dan kemampuan untuk bangkit kembali dari keterpurukan atau masalah (*resilience*) (Luthans dkk., 2007). *Psychological capital* juga dapat dikembangkan

dan diinvestasikan untuk memimpin individu dalam kompetisi secara berkelanjutan (Prihatsanti dkk., 2020), sehingga *psychological capital* merupakan sumber daya pribadi yang memiliki peranan penting karena dapat mendukung pencapaian tujuan kerja dan mendorong individu untuk terlibat dalam perilaku *extra-role* (Gupta dkk., 2017).

Penjelasan mengenai bagaimana karyawan tetap dapat berani bersuara di tengah struktur organisasi yang hierarkis, dapat dikaji melalui teori *conservation resources* (COR) yang menyatakan bahwa individu memiliki sumber daya yang dapat berkurang atau berkembang. Prinsipnya adalah individu termotivasi untuk memperoleh, mempertahankan, dan melindungi sumber daya yang membantu mereka dalam mencapai tujuannya (Hobfoll, 1988, 2002). Dalam konteks organisasi yang hierarkis, *voice* dianggap sebagai perilaku yang berisiko dan menegangkan karena adanya kemungkinan kritik terhadap praktik kepemimpinan atau memicu perubahan yang tidak akan didukung oleh semua orang (Ng & Feldman, 2012). Oleh karena itu, *voice behavior* juga dipandang sebagai perilaku yang membutuhkan sumber daya, seperti upaya, waktu, dan energi untuk dijalankan, sehingga memerlukan sumber daya personal yang memadai sebagai dukungan (Gou dkk., 2025). Dalam penelitian ini, *psychological capital* dipandang sebagai salah satu sumber daya personal, yang terdiri atas *self-efficacy*, *optimism*, *hope*, dan *resilience* (Luthans & Youssef-Morgan, 2017). Berdasarkan teori COR, karyawan dapat memilih lebih sedikit bersuara untuk mengurangi hilangnya sumber daya yang lebih banyak (*resources conservation*) atau lebih banyak bersuara sebagai upaya untuk memperoleh sumber daya tambahan (*resource acquisition*).

Dengan demikian, *psychological capital* diduga menjadi salah satu faktor yang dapat mendorong karyawan untuk tetap menunjukkan *voice behavior* meskipun berada dalam struktur organisasi yang bersifat hierarkis.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Wang dan Hu (2018) menunjukkan bahwa antara *psychological capital* dan *voice behavior* memiliki hubungan yang positif pada karyawan di perusahaan-perusahaan selatan China dan sekelompok kecil mahasiswa yang juga bekerja secara berbayar. Penelitian oleh Prihatsanti dkk. (2020) juga menunjukkan bukti yang mendukung bahwa *psychological capital* dan *voice behavior* memiliki hubungan positif dan signifikan pada karyawan yang bekerja di berbagai perusahaan di Indonesia, ditemukan bahwa dimensi *psychological capital* yang mempunyai rata-rata tertinggi hubungan dengan *voice behavior* adalah *self efficacy* atau kemampuan dan keahlian individu untuk memberikan masukan kepada organisasi. *Psychological capital* dapat dikembangkan dan memengaruhi sikap serta perilaku positif pada karyawan, sehingga diharapkan mendukung terciptanya kinerja organisasi yang lebih baik (Tovan & Rauf, 2020). *Psychological capital* mampu meningkatkan pengembangan diri yang positif karena individu yang percaya diri, optimis, penuh harapan positif, dan pantang menyerah cenderung lebih proaktif dalam menyampaikan saran yang konstruktif guna mendukung tercapainya visi dan misi perusahaan. Hal ini dapat membantu perusahaan bertahan menghadapi berbagai tantangan di era saat ini, sekaligus menegaskan bahwa gabungan empat konstruk (*self efficacy, optimism, hope, dan resilience*) yang membentuk *psychological capital* merupakan aspek penting dalam diri individu yang dapat mendorong

munculnya *voice behavior* pada karyawan (Fitrizia Rulevy & Parahyanti, 2016). Hasil dari optimalisasi potensi positif yang ada dalam diri individu, seperti *psychological capital* dapat berkontribusi dalam mendukung kinerja industri untuk mencapai tujuannya, yakni melalui ide, saran, maupun pendapat yang disampaikan oleh karyawannya (Liang dkk., 2012).

Kajian mengenai hubungan antara *psychological capital* dan *voice behavior* telah dilakukan pada berbagai konteks organisasi. Jha (2022) meneliti hubungan antara *psychological capital* dan *voice behavior* pada manajer dan supervisor di organisasi sektor manufaktur dan jasa, yang mencakup berbagai bidang industri seperti *shipping & logistics*, *retail*, *ICT (information & communication technology)*, *automobile*, *consultancy*, dan *tourism*. Selain itu, Al-Nasrawi (2023) meneliti pada pegawai di instansi pendidikan pemerintah, sementara Sinambela dkk. (2024) meneliti pada pekerja dari berbagai perusahaan atau unit usaha. Studi-studi terdahulu menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara *psychological capital* dan *voice behavior*.

Namun demikian, penelitian yang mengkaji hubungan antara *psychological capital* dan *voice behavior* pada karyawan di sektor perusahaan manufaktur dengan tuntutan produksi tinggi, struktur hierarkis, dan penekanan pada efisiensi operasional masih terbatas. Penelitian ini melibatkan seluruh karyawan PT Matahari Leisure, baik pada bagian produksi maupun non-produksi (kantoran). Demikian pula berdasarkan hasil studi pendahuluan yang dilakukan peneliti, ditemukan bahwa baik karyawan produksi maupun non produksi (kantoran) menunjukkan keterlibatan dalam perilaku bersuara melalui berbagai saluran yang tersedia, di

mana karyawan dapat memberikan ide-idenya untuk meningkatkan efisiensi, kualitas produk, dan keselamatan kerja. Namun, penyampaian suara tersebut masih menghadapi hambatan yang berasal dari struktur organisasi yang hierarkis. Menurut Burke dan Cooper (2013), suara karyawan relevan pada semua level yang ada di organisasi, dari tingkat hierarki tertinggi hingga karyawan pada tingkat terendah. Oleh karena itu, peneliti menyimpulkan bahwa suara karyawan dapat dilakukan oleh siapa saja, terlepas dari posisi, jabatan, maupun fungsi kerjanya. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini dilakukan untuk memperkaya kajian empiris mengenai hubungan antara *psychological capital* dan *voice behavior* pada karyawan PT Matahari Leisure.

B. Rumusan Masalah

Apakah terdapat hubungan positif antara *psychological capital* dan *voice behavior* pada karyawan di PT Matahari Leisure?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji secara empiris mengenai hubungan antara *psychological capital* dan *voice behavior* pada karyawan di PT Matahari Leisure.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian membantu perkembangan riset mengenai *psychological capital* dan *voice behavior* di Indonesia dan dapat menambah referensi ilmiah

bagi disiplin ilmu Psikologi Industri dan Organisasi, khususnya terkait hubungan antara kedua variabel pada karyawan di bidang manufaktur.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Subjek Penelitian

Peneliti dapat memberikan informasi mengenai hubungan antara *psychological capital* dan *voice behavior* pada karyawan di PT Matahari Leisure dan mengetahui kondisi *voice behavior* karyawan.

b. Bagi Organisasi

Penelitian ini dapat menjadi dasar bagi PT Matahari Leisure dalam mengembangkan program tindak lanjut atau intervensi guna meningkatkan *voice behavior* pada subjek penelitian.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi acuan dan referensi tambahan bagi studi-studi lanjutan yang akan mengeksplorasi lebih dalam mengenai hubungan antara *psychological capital* dan *voice behavior* dalam konteks yang lebih luas.