

## Pengaruh Cyberloafing terhadap Perilaku Kerja Inovatif Dimediasi oleh Komitmen Afektif

Agustina Paula Theresia Putri Lahallo<sup>1\*</sup>, Wayan Gede Supartha<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Universitas Udayana

### Abstract

*The globalization of the workforce due to technological advancements creates challenges in attracting and retaining talented employees. Job demands trigger work actions; employees are required to perform work behaviors to meet standards. This research analyzes the influence of Cyberloafing on Innovative Work Behavior mediated by Affective Commitment. Based on the Theory of Planned Behavior. The quantitative associative study, conducted from December 2023 to January 2024, sampled 154 respondents from PT. Bank Pembangunan Daerah Bali. Data analysis was performed using SEM-PLS. Cyberloafing has no effect on Innovative Work Behavior, as employees use the internet without disrupting productivity or creativity. Affective Commitment positively influences Innovative Work Behavior, employees feel emotionally connected to the organization and support innovation. Cyberloafing negatively affects Affective Commitment. Cyberloafing negatively affects Innovative Work Behavior, fully mediated by affective commitment. Increasing Innovative Work Behavior through cross-divisional training, enhancing affective commitment with greater employee efforts, and regulating personal internet access reducing Cyberloafing.*

**Keywords:** separate by comma, contain 3-5 keywords, in English.

Korespondensi:

Agustina Paula Theresia Putri Lahallo  
(lahalloagustina@gmail.com)

Submit: 03-07-2024

Revisi: 14-08-2025

Diterima: 28-06-2025

Terbit: 22-07-2025



## 1. Pendahuluan

Organisasi membutuhkan strategi yang sesuai dengan nilai-nilai bisnisnya agar perkembangan dan pertumbuhannya dapat terukur, pentingnya budaya atau iklim organisasi untuk didefinisikan, dibangun, dan dirawat, mengingat budaya masyarakat Indonesia yang memiliki patronasi yang kuat, maka pengaruh pemimpin, panutan, atau pengatur akan menjadi faktor prediktor kesuksesan organisasi yang sangat menonjol (Asbari dkk, 2019). Penciptaan ide mengacu pada proses mengidentifikasi peluang baru, menghasilkan solusi inovatif, atau berpikir kreatif untuk meningkatkan cara kerja (Schuh *et al.* 2018). Karyawan yang merasa didorong untuk menghasilkan ide-ide baru, mereka cenderung merasa terikat secara emosional dengan organisasi yang mendukung kreativitas mereka (Jafri, 2010). Perilaku Kerja Inovatif karyawan dipengaruhi oleh fasilitas yang disediakan organisasi seperti fasilitas teknologi dan *internet*. Pengoptimalan pemanfaatan internet membawa manfaat seperti penurunan biaya operasional, peningkatan efektivitas komunikasi antar karyawan, produktivitas kerja yang lebih tinggi (Anandarajan *et al.* 2013), sebaliknya dapat pula mempersulit perilaku sehari-hari di tempat kerja disebut sebagai *Cyberloafing* (Rahimnia dan Mazidi, 2015). Penggunaan internet pribadi difasilitasi perusahaan berpengaruh negatif terhadap kinerja karyawan dari segi negatif dan motorik (Sutoni, 2023).

Penelitian sebelumnya oleh Lim dan Chen (2012), dan Lim dan Teo (2005), mengkaji dampak negatif dari Cyberloafing terhadap variabel lain seperti produktivitas dan kinerja karyawan. Di sisi lain, penelitian terdahulu telah menghubungkan Komitmen Organisasi, termasuk Komitmen Afektif, dengan Perilaku Kerja Inovatif seperti Jafri (2010), Xerri dan Brunetto (2013), serta Sheehan *et al.* (2014). Penelitian terdahulu menyatakan bahwa kegiatan *cyberloafing* yang dikelola dengan baik dapat mengurangi stres karyawan terhadap pekerjaan dan meningkatkan komitmen organisasional (Fahad dan Kristyanto, 2021).

Penelitian ini belum mengeksplorasi peran mediasi Komitmen Afektif dalam hubungan antara *Cyberloafing* dan Perilaku Kerja Inovatif. Selain itu, meskipun penelitian terdahulu telah mengaitkan Komitmen organisasi dengan kecenderungan *Cyberloafing* karyawan seperti Lim dan Teo (2005) serta Singh dan Gupta (2015). Penelitian ini belum secara spesifik melihat variabel Komitmen Afektif sebagai mediator.

Landasan teori yang menjadi dasar penelitian adalah *Theory of Planned Behavior* yang dikembangkan oleh Icek Ajzen pada tahun 1985. Teori ini menyatakan bahwa niat individu untuk berperilaku tertentu ditentukan oleh tiga faktor utama, yaitu sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan (Ajzen,

1991). Mengacu pada psikologis karyawan yang menandai hubungan terhadap organisasi, yang kemudian berdampak pada niat karyawan untuk mempertahankan keanggotaannya pada organisasi. Perilaku Kerja Inovatif merujuk pada kecenderungan individu untuk mencari solusi inovatif dan berpartisipasi dalam kegiatan yang mendukung perubahan dan peningkatan dalam organisasi (Xerri dan Brunetto, 2013).

Eksplorasi ide melibatkan proses awal dalam usaha mencari cara untuk memperbaiki/meningkatkan kualitas suatu produk, sedangkan generasi ide mencakup munculnya gagasan baru yang dihasilkan dari menggabungkan dan menyusun ulang konsep-konsep yang ada guna pemecahan masalah dan mengoptimalkan performa (De Jong dan Hartog, 2010). Memperjuangkan Ide yang dihasilkan dan Implementasi Ide yang berkaitan dengan metode operasional baru, melakukan pengujian serta melakukan penyesuaian dan perbaikan. aspek-aspek yang berpeluang memberikan pengaruh komitmen organisasi seorang karyawan terhadap organisasi menurut Meyer *et al.* (2002): Faktor individu seperti kepuasan kerja, faktor organisasi seperti budaya organisasi dan faktor sosial seperti interaksi dan hubungan sosial yang positif, sehingga karyawan merasa menjadi bagian dari komunitas. Indikator dari Komitmen Afektif menurut Schoemmel *et al.* (2015) adalah Siap melakukan usaha ekstra diluar ekspektasi normal dalam menjalankan tugas pekerjaan, merasa terlibat dalam perusahaan, merasa tertarik dengan perusahaan, memiliki kepedulian terhadap perusahaan, memiliki ikatan emosional dengan perusahaan tempatnya bekerja, menyukai pekerjaan saya dan memiliki perasaan memiliki yang kuat terhadap perusahaan.

Komitmen organisasi merupakan prediktor efektifitas karyawan dalam menjalankan visi dan misi kepemimpinan organisasi (Singh dan Gupta, 2015). Karyawan yang terhubung secara emosional dengan organisasi cenderung menunjukkan perilaku yang mendukung kepentingan organisasi dengan menghindari aktifitas yang dapat mengganggu produktifitas, seperti *Cyberloafing* (Lim dan Teo, 2005). Banyak karyawan lebih menggunakan *Cyberloafing* sebagai sarana untuk bersantai dibandingkan dengan tindakan bermalas-malasan lainnya (Koay, 2018). Menurut Lim dan Chen (2012), *Cyberloafing* Disusun berdasarkan 8 indikator, yaitu menerima, memeriksa dan mengirimkan email pribadi, mengakses *website* yang tidak ada hubungannya dengan pekerjaan, mengirim pesan singkat pribadi, *download* informasi yang tidak terkait dengan tugas, *online shopping*, membuka aplikasi lamaran pekerjaan baru, main *games online* dan Judi *Online* (Derin dan Gokce, 2016).

Penelitian ini merupakan kebaruan dengan mengeksplorasi peran Komitmen Afektif sebagai mediator menjelaskan pengaruh *Cyberloafing* terhadap Perilaku Kerja Inovatif Karyawan. Pemahaman yang mendalam mengenai *Cyberloafing* dapat mempengaruhi loyalitas dan keterikatan karyawan pada misi perusahaan menciptakan budaya Inovasi. Studi ini wawasan baru tentang faktor-faktor yang menentukan Perilaku Kerja Inovatif, dalam konteks penggunaan teknologi informasi dan komunikasi di tempat kerja. Penelitian ini berkontribusi mengisi kesenjangan pengetahuan hubungan antara *Cyberloafing*, Komitmen Afektif dan Perilaku Kerja Inovatif yang menurut pengetahuan peneliti belum banyak dieksplorasi dalam penelitian-penelitian sebelumnya.

PT. Bank Pembangunan Daerah di Bali aktif dalam keuangan dengan 14 cabang tersebar di pulau Bali. Perilaku Kerja Inovatif dibutuhkan untuk meningkatkan Inovasi meski rata-rata yang dimiliki oleh karyawan kantor pusat adalah tinggi. Karyawan melakukan pendekatan baru, memperkenalkan dan mengembangkan hal baru untuk meningkatkan Perilaku Kerja Inovatifnya (Janssen, 2000). *Cyberloafing* di anggap sebagai perilaku kontraproduktif yang dapat mengurangi waktu dan upaya yang dihabiskan untuk tugas-tugas pekerjaan, sehingga menghambat kreatifitas dan inovasi. Semakin tinggi tingkat *Cyberloafing* karyawan, semakin rendah Perilaku Kerja Inovatif nya. Sehingga hipotesisnya di rumuskan sebagai berikut:

H1: *Cyberloafing* memiliki korelasi negatif dan signifikan menghambat Perilaku Kerja Inovatif.

Keterikatan emosional yang kuat dengan organisasi cenderung lebih termotivasi untuk berkontribusi pada kesuksesan organisasi melalui perilaku inovatif. Tingkat Komitmen Afektif karyawan berbanding lurus dengan Perilaku Kerja Inovatif. hipotesisnya sebagai berikut:

H2: Komitmen Afektif yang tinggi memiliki korelasi positif serta signifikan dengan Perilaku Kerja Inovatif.

*Cyberloafing* dianggap perilaku tidak etis dan mengurangi keterikatan emosional karyawan dengan organisasi. Tingkat *Cyberloafing* karyawan berbanding terbalik dengan Komitmen Afektif karyawan. Hipotesisnya dirumuskan sebagai berikut:

H3: *Cyberloafing* berpengaruh secara negatif dan signifikan terhadap Komitmen Afektif.

*Cyberloafing* berdampak langsung negatif pada Perilaku Kerja Inovatif dan berdampak tidak langsung melalui penurunan Komitmen Afektif yang kemudian menurunkan Perilaku Kerja Inovatif. Hipotesisnya dirumuskan sebagai berikut:

H4: *Cyberloafing* memiliki pengaruh negatif serta signifikan pada tingkah laku Perilaku Kerja Inovatif melalui Komitmen Afektif sebagai mediator.

## 2. Metode

Metode yang digunakan adalah kuantitatif berbentuk asosiatif. berlokasi di kantor pusat PT. Bank Pembangunan Daerah Bali yang beralamat di jalan Raya Puputan Niti Mandala Renon, Denpasar. Penelitian dilaksanakan dari Desember 2023 - Januari 2024. Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan yang menggunakan fasilitas *internet*. Ukuran sampel penelitian ditentukan dengan formula *Slovin*, sebagai berikut:

:

$$n = \frac{N}{1+Ne^2} \dots \dots \dots (1)$$

Keterangan:

n = Sampel

N = Populasi

e = Tingkat Kesalahan yang ditolerir (5%)

Penentuan sampel yang akan diambil dari populasi melalui *Proporsional Random Sampling*. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu Variabel Independen yaitu *Cyberloafing*. Variabel Dependen yaitu Perilaku Kerja Inovatif dan Variabel Mediasi Komitmen Afektif. Hubungan variabel dalam penelitian ini adalah hubungan kausal yaitu hubungan yang bersifat sebab akibat.

Variabel endogen dalam penelitian ini adalah Perilaku Kerja Inovatif (Y). Variabel Mediasi dalam penelitian ini adalah Komitmen Afektif (Z). Variabel eksogen dalam penelitian ini yaitu *Cyberloafing* (X). Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif yang didapat melalui hasil skor jawaban responden terhadap kuesioner dan data kualitatif yang berupa hasil wawancara terkait data struktur dan profil organisasi.

Penelitian ini menggunakan dua macam sumber data yaitu sumber data primer berupa responden yang secara langsung memberikan tanggapan terhadap variabel-variabel penelitian yang akan diuji. Sumber data sekunder berupa data dan profil organisasi serta referensi pendukung lain yang diperoleh dari laporan penelitian ilmiah lain yang berkaitan dengan masalah penelitian. Data dikumpulkan melalui wawancara serta *Survey*. Penelitian ini menggunakan instrumen penelitian berupa kuesioner yang disusun berdasarkan variabel penelitian. Setiap kuesioner disusun dalam bentuk skala likert. Skala Likert yang terdiri dari lima pilihan jawaban yaitu sebagai berikut:

- 1) Sangat setuju (SS) : skor 5
- 2) Setuju (S) : skor 4
- 3) Netral (N) : skor 3
- 4) Tidak Setuju (TS) : skor 2
- 5) Sangat Tidak Sesuai (STS) : skor 1

Penelitian ini menggunakan SmartPLS 4 sebagai alat bantu dalam pengolahan data Pengujian instrumen penelitian menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Validitas diukur dengan mengkorelasikan setiap *item* kuisisioner dengan skor total (jumlah dari setiap butir skor *item*), dengan menggunakan rumus *Pearson Product Moment* (Sugiyono, 2019:175). Uji reliabilitas dilakukan setelah uji validitas yang dilakukan untuk mengetahui keandalan dan stabilitas dari intrumen yang digunakan (Sugiyono: 2019:175).

Uji reliabilitas pada instrumen penelitian ini menggunakan formula *Cronbach's Alpha* dengan nilai batas penerimaan sebesar > 0,60 (Sugiyono, 2019:175). Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan dua Teknik yaitu analisis statistik deskriptif dan statistik inferensial menggunakan *Structural Equation Model (SEM)*. Analisis deskriptif pada penelitian ini digunakan untuk mendeskripsikan kecendrungan dari tanggapan responden terhadap item pernyataan pada setiap variabel penelitian. Kategori penilaian disusun berdasarkan dari perhitungan formulasi rentang interval, dengan perhitungan pada Tabel 1.

**Tabel 1.** Tabel Kategori Interval Skor

| No | Nilai Skor | Perilaku Kerja Inovatif (Y) | Komitmen Afektif (Z) | <i>Cyberloafing</i> (X) |
|----|------------|-----------------------------|----------------------|-------------------------|
| 1  | 1 - 1,8    | Sangat Rendah               | Sangat Rendah        | Sangat Tinggi           |
| 2  | 1,8 - 2,6  | Rendah                      | Rendah               | Tinggi                  |
| 3  | 2,6 - 3,4  | Cukup Tinggi                | Cukup Tinggi         | Cukup Tinggi            |
| 4  | 3,4 - 4,2  | Tinggi                      | Tinggi               | Rendah                  |
| 5  | 4,2 - 5    | Sangat Tinggi               | Sangat Tinggi        | Sangat Rendah           |

Sumber: Umar (2011:30)

Statistik inferensial merupakan teknik statistik yang digunakan untuk menganalisis data sampel dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul dan hasilnya dapat diberlakukan untuk populasi (Sugiyono,2019). Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *structural equation*

*modelling* (SEM) atau model persamaan struktural berbasis variance atau *componentbased SEM* yang disebut *partial least square (PLS mod)*.

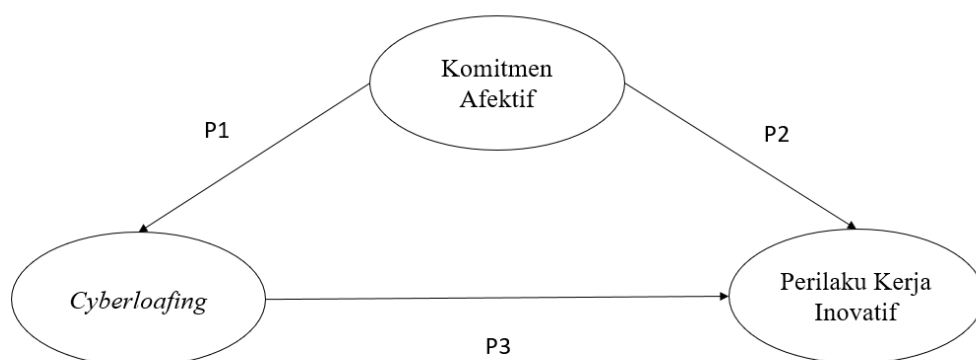
Evaluasi Model PLS dilakukan dengan evaluasi terhadap model pengukuran, kemudian dilanjutkan dengan evaluasi model struktural. Evaluasi model pengukuran dilakukan untuk menguji validitas dan reliabilitas indikator yang di gunakan untuk mengukur variabel laten. *Outer model* terdiri dari: Uji validitas dalam SEM PLS menggunakan ukuran *outer loading*. Nilai *outer loading* yang direkomendasikan adalah > 0,6 (Chin, 1998). Uji reliabilitas dalam SEM PLS menggunakan ukuran *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*.

Nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* yang direkomendasikan adalah minimum 0,70. Validitas konvergen berfungsi untuk mengetahui sejauh mana sebuah indikator berkorelasi positif terhadap indikator lain yang diukur dengan menggunakan *Average Variance Extracted* (AVE) dengan nilai yang direkomendasikan adalah minimal 0,5. Validitas Diskriminan menunjukkan variabel berbeda dengan variabel lainnya. Variabel diskriminan dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan *Cross loading*.

*Cross Loading* merupakan Evaluasi validitas diskriminan pada indikator melalui perbandingan antara korelasi indikator dengan variabel lain dalam penelitian. Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*) berkaitan dengan pengujian hipotesis dan tingkat signifikansinya, yang terdiri dari: Pengujian Multikolinier dilakukan antara variabel eksogen yang mempengaruhi endogen dengan nilai VIF < 5, sehingga dapat menyatakan bahwa tidak ada multikolinier. Pengujian Hipotesis terdiri dari *Direct Effect* dan Uji Mediasi. Hipotesis diterima atau terdapat pengaruh signifikan anatar variabel apabila nilai P-Value bernilai < 0,05.

Pengujian Hipotesis ini dilakukan melalui *Boothstrapping*, dengan metode yang di gunakan adalah *Bias Corrected* dan *Accelerated Boothstrap* untuk mengukur data ketika tidak terdistribusi normal. F-Square berfungsi untuk mengetahui pengaruh variabel pada level struktural dengan nilai F-Square: 0,02 = pengaruh rendah, 0,15=pengaruh sedang dan 0,35 = pengaruh tinggi. Peran mediasi dalam penelitian ini menggunakan Signifikansi Path Coeficient (Hair *et al.* 2019), sebagai berikut:

- 1) Pengaruh langsung *Cyberloafing* terhadap Perilaku Kerja Inovatif harus signifikan saat variable pemediasi komitmen afektif belum dimasukkan ke dalam model.
- 2) Setelah variabel pemediasi komitmen Afektif dimasukkan ke dalam model maka pengaruh tidak langsung *Cyberloafing* terhadap Komitmen Afektif dan Komitmen Afektif terhadap Perilaku Kerja Inovatif harus signifikan. Jika ternyata pengaruh tidak langsung signifikan maka hal ini menunjukkan bahwa variable pemediasi mampu menyerap atau mengurangi pengaruh langsung pada pengujian pertama.
- 3) Untuk menguji pengaruh *Cyberloafing* terhadap Perilaku Kerja Inovatif baik secara langsung dan tidak langsung melalui komitmen afektif berikut adalah model mediasinya:



**Gambar 1.** Model Mediasi  
Sumber: data penelitian 2024

Berdasarkan hasil pemeriksaan ketiga efek tersebut (P1, P2, P3), selanjutnya dapat ditentukan tipe variabel mediasi pada model. Jika P1, P2, dan P3 signifikan, maka tipe mediasi dikatakan sebagai (*Partial Mediation*). Apabila P1 dan P2 signifikan sedangkan P3 tidak signifikan, maka tipe mediasi adalah mediasi penuh (*Full Mediation*).

Pengujian *inner model* dilakukan melalui nilai *R-square* yang merupakan uji *goodness of fit* model. *R-square* model PLS dapat dievaluasi melalui *R-square predictive relevance* untuk model variabel. *R-square* mengukur seberapa baik nilai observasi yang dihasilkan oleh model dan juga estimasi parameternya. (R2) dengan rumus:

$$R^2 = 1 - (1 - R_1^2)(1 - R_2^2) \dots (1 - R_p^2) \quad (2)$$

Jika nilai koefisien determinasi (R-square) melebihi nol, itu mengindikasikan bahwa model memiliki relevansi prediktif yang baik. Sebaliknya, nilai R-square di bawah nol menunjukkan bahwa model kurang memiliki relevansi prediktif yang memadai. Apabila hasil komputasi menunjukkan nilai R-square positif, maka model dapat

dianggap memiliki nilai prediksi yang relevan. Untuk mengetahui pengaruh tidak langsung antar variabel dalam penelitian ini, kita dapat merujuk pada tabel efek tidak langsung (indirect effect) yang disajikan dalam keluaran perangkat lunak SmartPLS.

### 3. Hasil dan Pembahasan

Kantor Pusat PT. Bank Pembangunan Daerah Bali merupakan perusahaan daerah yang bergerak dibidang perbankan, berlokasi di Jalan Raya Puputan Niti Mandala, Denpasar, Bali. Struktur organisasi Kantor Pusat PT. Bank Pembangunan Daerah Bali terdiri dari Dewan Komisaris, Direksi 14 departemen dengan total 247 karyawan dan 20 kantor cabang.

**Tabel 2.** Karakteristik Responden

|                    | Kriteria  | Jumlah (Orang) | Persentase (%) |
|--------------------|-----------|----------------|----------------|
| Jenis Kelamin      | Perempuan | 65             | 42,2           |
|                    | Laki-Laki | 89             | 57,8           |
| Usia (tahun)       | 20 - 31   | 38             | 24,7           |
|                    | 32 - 43   | 75             | 48,7           |
|                    | 44 - 55   | 41             | 26,6           |
|                    | < 5       | 21             | 13,6           |
| Masa Kerja (Tahun) | 06-Oct    | 49             | 31,8           |
|                    | Nov-15    | 28             | 18,2           |
|                    | >16       | 56             | 36,4           |

Sumber: Hasil olahan data (2024)

**Tabel 3.** Hasil Uji Instrumen Penelitian

| Variabel                    | Indikator | Pearson Correlation | Sig. (2-tailed) | Keterangan |
|-----------------------------|-----------|---------------------|-----------------|------------|
| Cyberloafing (X)            | X.1       | 0,650               | 0,00            | Valid      |
|                             | X.2       | 0,811               | 0,00            | Valid      |
|                             | X.3       | 0,707               | 0,00            | Valid      |
|                             | X.4       | 0,798               | 0,00            | Valid      |
|                             | X.5       | 0,751               | 0,00            | Valid      |
|                             | X.6       | 0,689               | 0,00            | Valid      |
|                             | X.7       | 0,703               | 0,00            | Valid      |
|                             | X.8       | 0,387               | 0,00            | Valid      |
| Komitmen Afektif (Z)        | Z.1       | 0,45                | 0,00            | Valid      |
|                             | Z.2       | 0,782               | 0,00            | Valid      |
|                             | Z.3       | 0,809               | 0,00            | Valid      |
|                             | Z.4       | 0,817               | 0,00            | Valid      |
|                             | Z.5       | 0,728               | 0,00            | Valid      |
|                             | Z.6       | 0,675               | 0,00            | Valid      |
|                             | Z.7       | 0,767               | 0,00            | Valid      |
|                             | Y.1       | 0,416               | 0,00            | Valid      |
| Perilaku Kerja Inovatif (Y) | Y.2       | 0,504               | 0,00            | Valid      |
|                             | Y.3       | 0,670               | 0,00            | Valid      |
|                             | Y.4       | 0,630               | 0,00            | Valid      |
|                             | Y.5       | 0,605               | 0,00            | Valid      |
|                             | Y.6       | 0,711               | 0,00            | Valid      |
|                             | Y.7       | 0,798               | 0,00            | Valid      |
|                             | Y.8       | 0,746               | 0,00            | Valid      |
|                             | Y.9       | 0,796               | 0,00            | Valid      |
|                             | Y.10      | 0,734               | 0,00            | Valid      |

Sumber: Data yang diolah, tahun (2024)

Kantor Pusat PT. Bank Pembangunan Daerah Bali adalah untuk mengukur Perilaku Kerja Inovatif berdasarkan Komitmen Afektif dan *Cyberloafing*. Responden dalam penelitian ini berdasarkan pada Usia, Jenis Kelamin, Pendidikan terakhir, masa kerja dan posisi. Karakteristik responden dalam penelitian ini dapat diketahui melalui Tabel 2. Tabel 2 yang menunjukkan menunjukkan karyawan Kantor Pusat PT. Bank Pembangunan Daerah Bali terdiri dari 65 (42,2%) orang karyawan perempuan dan karyawan laki-laki sebanyak 89 (57,8%) orang.

Responden rentang usia 20-31 tahun sebanyak 38 (24,7%) orang, rentang usia 32 – 43 tahun sebanyak 75 (48,7%) orang, dan rentang usia 44 – 55 tahun sebanyak 41 (26,6%) orang.

**Tabel 4.** Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

| No | Variabel                    | <i>Cronbach's Alpha</i> | Keterangan |
|----|-----------------------------|-------------------------|------------|
| 1  | <i>Cyberloafing</i> (X)     | 0,803                   | Reliabel   |
| 2  | Komitmen afektif (Z)        | 0,874                   | Reliabel   |
| 3  | Perilaku Kerja Inovatif (Y) | 0,882                   | Reliabel   |

Sumber: Data yang diolah, tahun (2024)

*Outer Loading* dinilai syarat validitas telah terpenuhi apabila nilai *loading* faktor > 0,60, yang berarti model ini memiliki *Convergent Validity*. Evaluasi dilakukan 2 kali, karena evaluasi 1 ditemukan data yang tidak valid.

**Tabel 5.** *Outer Loading* Indikator Penelitian

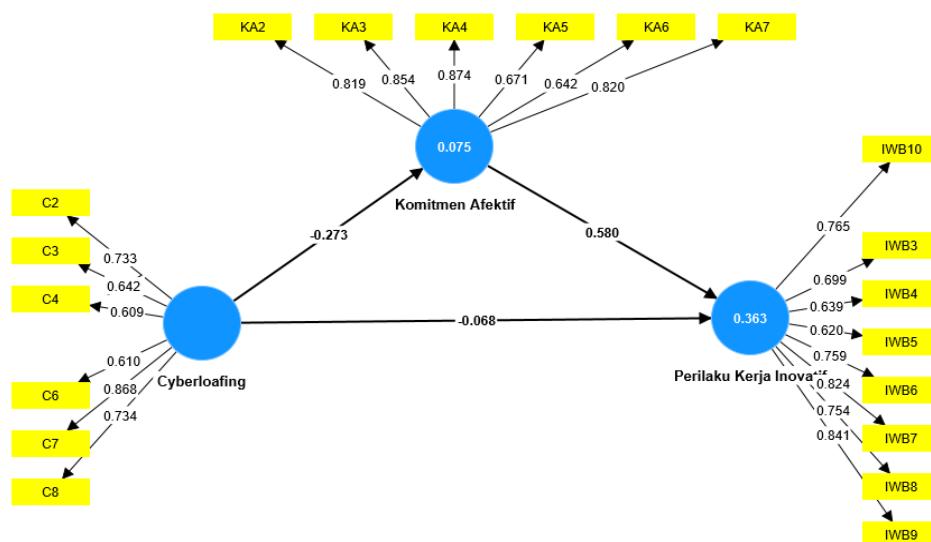
| Indikator                       | <i>Outer loadings</i> | Keterangan |
|---------------------------------|-----------------------|------------|
| Y.3 <- Perilaku Kerja Inovatif  | 0.699                 | Valid      |
| Y.4 <- Perilaku Kerja Inovatif  | 0.639                 | Valid      |
| Y.5 <- Perilaku Kerja Inovatif  | 0.620                 | Valid      |
| Y.6 <- Perilaku Kerja Inovatif  | 0.759                 | Valid      |
| Y.7 <- Perilaku Kerja Inovatif  | 0.824                 | Valid      |
| Y.8 <- Perilaku Kerja Inovatif  | 0.754                 | Valid      |
| Y.9 <- Perilaku Kerja Inovatif  | 0.841                 | Valid      |
| Y.10 <- Perilaku Kerja Inovatif | 0.765                 | Valid      |
| Z.2 <- Komitmen Afektif         | 0.819                 | Valid      |
| Z.3 <- Komitmen Afektif         | 0.854                 | Valid      |
| Z.4 <- Komitmen Afektif         | 0.874                 | Valid      |
| Z.5 <- Komitmen Afektif         | 0.671                 | Valid      |
| Z.6 <- Komitmen Afektif         | 0.642                 | Valid      |
| Z.7 <- Komitmen Afektif         | 0.820                 | Valid      |
| X.2 <- <i>Cyberloafing</i>      | 0.733                 | Valid      |
| X.3 <- <i>Cyberloafing</i>      | 0.648                 | Valid      |
| X.4 <- <i>Cyberloafing</i>      | 0.609                 | Valid      |
| X.6 <- <i>Cyberloafing</i>      | 0.610                 | Valid      |
| X.7 <- <i>Cyberloafing</i>      | 0.868                 | Valid      |
| X.8 <- <i>Cyberloafing</i>      | 0.734                 | Valid      |

Sumber: Data yang diolah, tahun (2024)

Uji validitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 3. Tabel 3 menunjukkan bahwa seluruh instrumen penelitian yang digunakan untuk mengukur variabel *Cyberloafing*, Komitmen Afektif dan Perilaku Kerja Inovatif memiliki nilai total skor koefisien korelasi koefisien korelasi  $\geq 0,30$  tingkat kesalahan  $\alpha \leq 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa butir-butir pernyataan dalam instrumen penelitian tersebut valid dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

Tabel 4 menunjukkan bahwa seluruh instrumen penelitian memiliki koefisien *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,70. Jadi dapat dinyatakan bahwa seluruh variabel telah memenuhi syarat reliabilitas sehingga dapat digunakan untuk melakukan penelitian. Deskripsi Variabel dilakukan untuk mengetahui karakteristik dan tanggapan responden terhadap setiap pernyataan.

Kriteria pengukuran *Cyberloafing* tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai rata-rata yang diperoleh menunjukkan semakin buruk tanggapan responden terhadap *item* maupun variabel tersebut. Kriteria pengukuran perilaku kerja inovatif dan komitmen afektif tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai rata-rata yang diperoleh menunjukkan semakin baik tanggapan responden terhadap *item* maupun variabel tersebut.



**Gambar 2.** Model PLS Algorithm  
Sumber: Hasil Olah Data SmartPLS4

Validitas diskriminan dalam penelitian berikut ini dibuktikan melalui *Cross Loadings*. Hasil *item discriminant validity* korelasi variabel laten pada Tabel 6 > 0,5 dan menunjukkan angka yang lebih besar dari variabel laten lainnya. Disimpulkan seluruh indikator memenuhi persyaratan *discriminant validity*. Sebelum dilakukan uji hipotesis model struktural maka perlu melihat ada tidaknya multikolinier antara variabel di tunjukan oleh Tabel 7.

Tabel 7 menunjukan bahwa *cyberloafing* berpengaruh terhadap komitmen afektif, *cyberloafing* berpengaruh terhadap perilaku kerja inovatif serta komitmen afektif berpengaruh terhadap perilaku kerja inovatif dengan nilai *Collinearity Statistic (VIF)* < 5, menunjukan bahwa multikolinier antar variabelnya rendah. Hasil ini menunjukan SEM-PLS bersifat tidak bias.

Evaluasi model struktural dilakukan dengan menggunakan *Q-Square Predictive Relevance* untuk menilai seberapa akurat model dan estimasi parameternya dalam memprediksi nilai observasi, diperlukan nilai *R-square* dari varabel *innovative work behavior* dan *work engagement*, ditunjukan pada Tabel 8.

**Tabel 6.** Nilai dari *Cross Loading*

|       | X (Cyberloafing) | Y (Perilaku Kerja Inovatif) | Z (Komitmen Afektif) |
|-------|------------------|-----------------------------|----------------------|
| YY,3  | -0,311           | 0,699                       | 0,49                 |
| YY,4  | -0,139           | 0,639                       | 0,298                |
| YY,5  | -0,213           | 0,62                        | 0,314                |
| YY,6  | -0,201           | 0,759                       | 0,47                 |
| YY,7  | -0,111           | 0,824                       | 0,49                 |
| YY,8  | -0,167           | 0,754                       | 0,397                |
| YY,9  | -0,059           | 0,841                       | 0,522                |
| YY,10 | -0,159           | 0,765                       | 0,488                |
| ZZ,2  | -0,208           | 0,63                        | 0,819                |
| ZZ,3  | -0,244           | 0,433                       | 0,854                |
| ZZ,4  | -0,207           | 0,456                       | 0,874                |
| ZZ,5  | -0,122           | 0,275                       | 0,671                |
| ZZ,6  | -0,18            | 0,471                       | 0,642                |
| ZZ,7  | -0,295           | 0,445                       | 0,82                 |
| XX,1  | 0,733            | -0,215                      | -0,118               |
| XX,2  | 0,548            | -0,212                      | -0,026               |
| XX,4  | 0,609            | -0,098                      | -0,064               |
| XX,6  | 0,61             | 0,127                       | -0,228               |
| XX,7  | 0,868            | -0,189                      | -0,173               |
| XX,8  | 0,734            | -0,185                      | -0,354               |

Sumber: Data yang diolah, tahun (2024)

**Tabel 7.** Hasil Uji Multikolinier

|                         | <i>Cyberloafing</i> | Komitmen Afektif | Perilaku Kerja Inovatif |
|-------------------------|---------------------|------------------|-------------------------|
| <i>Cyberloafing</i>     |                     | 1.000            | 1.080                   |
| Komitmen Afektif        |                     |                  | 1.080                   |
| Perilaku Kerja Inovatif |                     |                  |                         |

Sumber: Data yang diolah, tahun (2024)

**Tabel 8.** *R-Square*

|                         | <i>R-square</i> | <i>R-square Adjusted</i> |
|-------------------------|-----------------|--------------------------|
| Komitmen Afektif        | 0.074           | 0.068                    |
| Perilaku Kerja Inovatif | 0.345           | 0.336                    |

Sumber: Data yang diolah, tahun (2024)

Nilai *R-square* untuk variable Komitmen Afektif sebesar 0,074 sebagaimana tercantum dalam Tabel 8. Diinterpretasikan bahwavariabel *Cyberloafing* dan Perilaku Kerja Inovatif dapat mempengaruhi 7,4% variabilitas konstruk Komitmen Afektif, sebanyak 92,6% terpengaruh oleh variabel lain yang tidak tercantum pada penelitian. Nilai *R-Square* dari variabel Perilaku Kerja Inovatif dengan nilai 0.345, hal ini menunjukkan 34.5% variabilitas konstruk Perilaku Kerja Inovatif dapat dipengaruhi oleh variable Komitmen Afektif dan *Cyberloafing*, sebanyak 65,5% sisa presentasinya ditentukan oleh variabel lain diluar penelitian. menghitung *Q-square* ( $Q^2$ ) untuk pengukuran nilai observasi oleh nilai yang dihasilkan model dan estimasi parameternya:

$$\begin{aligned}
 Q^2 &= 1 - (1 - (R1)^2) (1 - (R2)^2) \\
 &= 1 - (0,926) (0,655) \\
 &= 0,39
 \end{aligned}$$

Nilai  $Q^2$  terletak diantara nilai 0 hingga 1, apabila modelnya semakin mendekati 1 model dianggap semakin layak. 0,39 merupakan nilai  $Q^2$ , sehingga disimpulkan model memiliki relevansi prediktif cukup baik. Nilai 39% variasi pada variable Perilaku Kerja Inovatif dipengaruhi oleh *Cyberloafing*, dan Komitmen Afektif, terdapat 61% pengaruh lainnya yang bersumber dari variabel-variabel diluar cakupan model dari penelitian.

**Tabel 9.** Hasil Pengujian Hipotesis

| Hipotesis                                      | Path Coefficient | P-Value | 95% interval Kepercayaan |            | f Square |
|------------------------------------------------|------------------|---------|--------------------------|------------|----------|
|                                                |                  |         | Batas Bawah              | Batas Atas |          |
| <i>Cyberloafing</i> -> Perilaku Kerja Inovatif | -0.068           | 0.626   | -0.291                   | 0.285      | 0,005    |
| <i>Cyberloafing</i> -> Komitmen Afektif        | -0.273           | 0.001   | -0.449                   | -0.146     | 0,08     |
| Komitmen Afektif -> Perilaku Kerja Inovatif    | 0.580            | 0.000   | 0.494                    | 0,687      | 0.489    |

Sumber: Data yang diolah, tahun (2024)

Hasil penelitian menunjukan *Cyberloafing* tidak berpengaruh terhadap Perilaku Kerja Inovatif. Karyawan yang terlibat dalam *Cyberloafing* menggunakan waktu mereka untuk menggunakan internet tanpa mengganggu produktifitas atau kreatifitas dalam pekerjaan inovatif. *Cyberloafing* digunakan sebagai cara melepaskan stres atau mengalihkan perhatian sebelum kembali ke pekerjaan yang membutuhkan pemikiran inovatif. Karyawan melihat *Cyberloafing* sebagai hiburan atau istirahat singkat yang memungkinkan mereka untuk kembali kepekerjaan dengan energi dan kreatifitas yang diperbaharui. Karyawan PT. Bank Pembangunan Daerah Bali memiliki pengaturan waktu yang baik, meskipun karyawan terlibat dalam *Cyberloafing* dalam level sedang, sehingga kegiatan *Cyberloafing* tidak mengganggu pekerjaan utama mereka. Pemisahan antara pekerjaan dan kegiatan pribadi yang baik. Mereka dapat menjaga fokus saat bekerja dan memanfaatkan waktu istirahat untuk melakukan *Cyberloafing*, sehingga tidak menggagu Perilaku Kerja Inovatif. Karyawan PT. Bank Pembangunan Daerah Bali memiliki pembagian tugas yang efektif, sehingga *Cyberloafing* pada level sedang tidak berdampak signifikan pada Perilaku Kerja Inovatif karyawan secara keseluruhan. Kemampuan karyawan untuk memisahkan kegiatan *Cyberloafing* dan Perilaku Kerja Inovatif, serta manajemen waktu yang baik juga memiliki peran dalam hal ini. Temuan konsisten terhadap penelitian terdahulu oleh Anandarajan *et al*, (2013) meningkatnya struktur tugas maka akses terhadap aktivitas *Cyberloafing* semakin menurun, karena kecil kemungkinan ada waktu luang untuk melakukan aktifitas *Cyberloafing*, karena fasilitas *internet* digunakan untuk kebutuhan pekerjaan.



Komitmen Afektif memberikan dampak positif terhadap Perilaku Kerja Inovatif. Penelitian ini menunjukkan karyawan merasa terhubung secara emosional dengan organisasi sehingga menunjukkan perilaku yang mendukung inovasi. Hal ini mendorong karyawan untuk mencari cara baru yang kreatif untuk menyelesaikan tugas dan proses. Komitmen Afektif juga menciptakan rasa kepemilikan terhadap organisasi, sehingga cenderung untuk berkontribusi melalui ide-ide inovatif. Karyawan manajemen kantor pusat PT. Bank Pembangunan Daerah di Bali, berkomitmen Afektif yang kuat dan rasa keterikatan dengan visi dan misi bank. Mereka termotivasi untuk menghasilkan ide-ide inovatif yang dapat membantu mencapai tujuan bank. Karyawan dapat mengidentifikasi peluang untuk meningkatkan layanan kepada nasabah, mengembangkan produk atau layanan baru untuk meningkatkan efisiensi. Hasil penelitian sejalan dengan penelitian oleh Xerri & Brunetto, (2013), karyawan secara afektif berkomitmen cenderung prihatin tentang kelangsungan ekonomi dan keunggulan kompetitif organisasi, sehingga menunjukkan kecenderungan untuk memberlakukan Perilaku Kerja Inovatif. Meyer *et al*, (2002) menyatakan Komitmen Afektif menumbuhkan rasa memiliki dan terikat secara emosional, sehingga dapat menunjukkan kemampuan dan upaya yang ekstra untuk mencapai tujuan organisasi.

*Cyberloafing* berpengaruh negatif terhadap Komitmen Afektif. Hasil penelitian ini menunjukkan *Cyberloafing* mengurangi keterikatan emosional karyawan terhadap organisasi. *Cyberloafing* menyebabkan penurunan kualitas kerja sehingga dapat mempengaruhi Komitmen Afektif karyawan. Karyawan yang terlibat dalam *Cyberloafing* secara berlebihan merasa kurang bertanggung jawab terhadap pekerjaan dan tim. Karyawan manajemen kantor pusat PT. Bank Pembangunan Daerah Bali membutuhkan fokus serta perhatian terhadap detail. Apabila menghabiskan terlalu banyak waktu untuk *Cyberloafing* akan mengganggu produktivitas dan mengurangi pencapaian. Karyawan bergantung pada kerja tim dan komunikasi. Temuan ini konsisten dengan penelitian terdahulu oleh Wahyuni *dkk*, (2020) menyimpulkan bahwa perilaku *Cyberloafing* dan keterikatan karyawan terhadap organisasi terbukti memberikan dampak berarti pada produktivitas kerja mereka. Monica & Maharani, (2020) menyatakan bahwa kegiatan *Cyberloafing* mempengaruhi keinginan dan rasa tanggung jawab karyawan bergabung pada organisasi disebabkan keberadaan visi dan misi yang sama dan tetap tinggal pada organisasi tersebut.

**Tabel 10.** Hasil Uji Mediasi

| Hipotesis                                                             | Path<br>Coefficient | P-Value | 95% interval<br>Kepercayaan Path<br>Coefficient |               | Upsilon V |
|-----------------------------------------------------------------------|---------------------|---------|-------------------------------------------------|---------------|-----------|
|                                                                       |                     |         | Batas<br>Bawah                                  | Batas<br>Atas |           |
| <i>Cyberloafing</i> -> Komitmen Afektif -><br>Perilaku Kerja Inovatif | -0.159              | 0.008   | -0,276                                          | -0,071        | 0,4114    |

Sumber: Data yang diolah, tahun (2024)

Hasil penelitian menunjukkan Komitmen Afektif mampu memediasi secara penuh pada pengaruh *Cyberloafing* terhadap Perilaku Kerja Inovatif dengan pengaruh mediasi negatif. Ini menunjukkan *Cyberloafing* mengurangi waktu yang digunakan fokus pada pekerjaan dan meningkatkan gangguan. Ini mengurangi kemungkinan individu untuk terlibat dalam Perilaku Kerja Inovatif. Mediasi penuh terjadi pada pengaruh *Cyberloafing* terhadap Perilaku Kerja Inovatif yang dimediasi oleh Komitmen Afektif. *Cyberloafing* yang tinggi mengurangi kualitas hubungan antara karyawan dan organisasinya, yang kemudian mengurangi Komitmen Afektif individu pada organisasi. Karyawan manajemen kantor pusat PT. Bank Pembangunan Daerah Bali yang terlibat dalam *Cyberloafing* cenderung menghabiskan waktu untuk aktivitas yang tidak produktif, yang secara langsung terkait dengan pekerjaan. Hal ini mengurangi waktu yang tersedia untuk berpikir kreatif, mengembangkan ide baru. *Cyberloafing* mengganggu hubungan antar karyawan untuk berkolaborasi menghasilkan ide-ide baru. Budaya kerja PT. Bank Pembangunan Daerah di Bali mendorong inovasi dan kolaborasi, sedang *Cyberloafing* mengganggu proses kerja yang bertentangan dengan nilai organisasi, dan mempengaruhi motivasi karyawan untuk berkontribusi pada inovasi.

Implikasi Teoritis dari penelitian ini menyatakan hasil penelitian tidak sepenuhnya mendukung *Theory of Planned Behaviour*, hal ini karena *Cyberloafing* tidak berpengaruh langsung pada Perilaku Kerja Inovatif, bertentangan dengan *Theory of Planned Behaviour* yang menyatakan bahwa kurangnya kontrol diri seharusnya berdampak negatif. Komitmen Afektif berpengaruh positif pada Perilaku Kerja Inovatif, sesuai *Theory of Planned Behaviour*: niat tinggi mendorong perilaku lebih baik. *Cyberloafing* berpengaruh negatif pada Komitmen Afektif, sesuai *Theory of Planned Behaviour*: niat *Cyberloafing* tinggi menurunkan Komitmen Afektif. *Cyberloafing* berpengaruh negatif pada Perilaku Kerja Inovatif melalui mediasi Komitmen Afektif, cukup sesuai *Theory of Planned Behaviour*: kurangnya kontrol diri menurunkan Komitmen Afektif, yang menurunkan niat dan Perilaku Kerja Inovatif.

Implikasi praktis dari penelitian ini, kurangnya perhatian pada masalah di luar rutinitas dapat menghambat inovasi, pertumbuhan, efisiensi organisasi, dan perkembangan karyawan. Karyawan yang enggan melakukan upaya ekstra dapat menurunkan produktivitas, kinerja, inovasi, dan kualitas produk/layanan organisasi. Penggunaan email pribadi saat bekerja juga dapat mengurangi produktivitas, membocorkan informasi rahasia, merusak citra profesional, memboroskan sumber daya, dan menimbulkan risiko hukum bagi Perusahaan.

#### 4. Kesimpulan

Sosialisasi Perpajakan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kesadaran Wajib Pajak di KPP Pratama Jember Berdasarkan hipotesis pertama Sosialisasi Perpajakan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kesadaran Wajib Pajak. Hal ini bisa disebabkan adanya aspek-aspek yang berkaitan dengan Sosialisasi Perpajakan yang berpengaruh terhadap Kesadaran Wajib Pajak. Melalui sosialisasi perpajakan, masyarakat diberikan informasi yang jelas dan komprehensif tentang sistem perpajakan, kewajiban pajak, dan manfaat yang diperoleh dari pembayaran pajak.

Hal ini bisa disebabkan adanya aspek-aspek yang berkaitan dengan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kesadaran Wajib Pajak. Kualitas pelayanan yang baik dapat memiliki dampak yang positif dan signifikan terhadap kesadaran wajib pajak. Ketika pelayanan yang diberikan oleh instansi pajak atau lembaga terkait memiliki kualitas yang tinggi, wajib pajak cenderung merasa lebih puas dengan pengalaman mereka dalam berinteraksi dengan pihak tersebut. Pelayanan yang berkualitas mencakup berbagai aspek, seperti responsif terhadap pertanyaan dan permintaan wajib pajak, memberikan informasi yang jelas dan akurat, serta memberikan bantuan yang memadai dalam proses pelaporan dan pembayaran pajak.

Ketika wajib pajak merasa bahwa pelayanan yang diberikan memenuhi harapan mereka, mereka cenderung lebih termotivasi untuk mematuhi kewajiban perpajakan mereka. Selain itu, kualitas pelayanan yang baik juga dapat meningkatkan kepercayaan wajib pajak terhadap instansi pajak atau lembaga terkait. Hal ini dapat mengurangi ketidakpastian dan kebingungan yang mungkin dirasakan oleh wajib pajak, sehingga mereka lebih cenderung untuk mematuhi kewajiban perpajakan dengan baik. Dalam konteks ini, kesadaran wajib pajak merujuk pada pemahaman dan kesadaran mereka tentang kewajiban perpajakan yang dimiliki.

Hal ini juga didukung oleh hasil analisis deskriptif yang menyatakan bahwa secara umum responden sangat setuju atau memberikan respon positif terhadap indikator-indikator Kualitas Pelayanan pada KPP Pratama Jember. Sanksi Perpajakan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kesadaran Wajib Pajak di KPP Pratama Jember Berdasarkan hipotesis ketiga Sanksi Perpajakan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kesadaran Wajib Pajak di KPP Pratama Jember. Ketika wajib pajak menyadari bahwa pelanggaran terhadap ketentuan perpajakan dapat mengakibatkan sanksi yang merugikan, mereka cenderung lebih berhati-hati dan memperhatikan kewajiban perpajakan mereka dengan lebih baik.

Melalui sosialisasi perpajakan, wajib pajak diberikan pemahaman yang lebih baik tentang pentingnya mematuhi kewajiban perpajakan dan konsekuensi dari ketidakpatuhan. Dalam konteks ini, kepatuhan wajib pajak merujuk pada tingkat kesediaan dan kemauan wajib pajak untuk mematuhi kewajiban perpajakan mereka dengan sukarela.

Sosialisasi perpajakan dapat berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak dengan beberapa cara: Peningkatan Kesadaran: Sosialisasi perpajakan membantu meningkatkan kesadaran wajib pajak tentang kewajiban perpajakan yang dimiliki. Dengan menyebarkan informasi yang jelas dan akurat tentang kewajiban perpajakan, wajib pajak menjadi lebih sadar akan tanggung jawab mereka dan pentingnya mematuhi peraturan perpajakan. Pemahaman yang Lebih Baik: Sosialisasi perpajakan membantu wajib pajak memahami secara lebih baik tentang prosedur perpajakan, hak dan kewajiban mereka, serta manfaat yang mereka peroleh dari mematuhi kewajiban perpajakan.

Dengan menyediakan informasi yang jelas dan akurat tentang peraturan perpajakan, prosedur pelaporan, dan pembayaran pajak, wajib pajak merasa lebih yakin dan memiliki panduan yang jelas dalam memenuhi kewajiban perpajakan mereka.

#### Referensi

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Anandarajan, M., Simmers, C., & Igbaria, M. (2013), "An exploratory investigation of the antecedents and impact of internet usage: An individual perspective", *Behaviour and Information Technology*, Vol 19, No 1, pp, 69-85, <https://doi.org/10.1080/014492900118803>
- Asbari, M., Santoso, P. B., Purwanto, A., (2019), "Pengaruh kepemimpinan dan budaya organisasi terhadap perilaku kerja inovatif pada industri 4.0", *JIM UPB*, 8(1), 7-15, <https://doi.org/10.33884/jimupb.v8i1.1562>

- Askew, K., Buckner, J. E., Taing, M. U., Ilie, A., Bauer, J. A., & Coovert, M. D. (2014). Explaining Cyberloafing: The role of the theory of planned behavior. *Computers in Human Behavior*, 36, 510-519. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.04.006>
- Baturay M,H,, Toker S, (2015), "An investigation of the impact of demographic on Cyberloafing from an educational setting angle", *Computers in Human Behavior*, Vol 50, pp, 358-366, <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.03.081>
- Chin, W. W. (1998). The partial least squares approach for structural equation modeling. In G. A. Marcoulides (Ed.), *Modern methods for business research* pp. 295–336. Lawrence Erlbaum Associates Publishers
- De Jong, J., & Den Hartog, D. (2010). Measuring innovative work behaviour. *Creativity and Innovation Management*, 19(1), pp 23-36. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8691.2010.00547.x>
- Derin, N., & Gökçe, S. G. (2016). Are cyberloafers also innovators?: A study on the relationship between Cyberloafing and innovative work behavior. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 235, pp 694–700. <http://dx.doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.11.070>
- Fahad, S., & Kistyanto, A, (2021), "The Effect of Job Stress and Cyberloafing on Organizational Commitment on Soe Bank Employees in The City of Surabaya", *Ilomata International Journal of Management*, Vol, 2No, 3, pp 133-141, <https://doi.org/10.52728/ijim.v2i3.251>
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), pp 2-24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Jafri, M,H, (2010), "Organisational commitment and employee's innovative behaviour: a study in retail sector", *Journal of Management Research*, Vol, 10 No, 1, pp, 62-68,
- Janssen, O, (2000), "Job demands, perceptions of effort-reward fairness and innovative work behaviour", *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 73, 287–302, <https://doi.org/10.1348/096317900167038>
- Koay, K. Y. (2018). Workplace ostracism and Cyberloafing: a moderated-mediation model. *Internet Research*, 28(4), pp 1122-1141. <https://doi.org/10.1108/IntR-07-2017-0268>
- Lim, V, K, G,, & Teo, T, S, H, (2005), "Prevalence, Perceived Seriousness, Justification and Regulation of Cyberloafing in Singapore: An Exploratory Study", *Information & Management*, Vol 42, pp, 1081-1093, <https://doi.org/10.1016/j.im.2004.12.002>
- Lim, V., & Chen, D. (2012). Cyberloafing at the workplace: Gain or drain?. *Behaviour and Information Technology*, 90(3), pp.1–11. <http://dx.doi.org/10.1080/01449290903353054>
- Meyer, J,P,, Stanley, D,J,, Herscovitch, L, and Topolnytsky, L, (2002), "Affective, continuance, and normative commitment to the organisation: a meta-analysis of antecedents, correlates, and consequences", *Journal of Vocational Behaviour*, Vol, 61 No, 1, pp, 20-52, <http://dx.doi.org/10.1006/jvbe.2001.1842>
- Monica, I., & Maharani, A. (2020). Pengaruh Cyberloafing terhadap kinerja karyawan melalui kepuasan bekerja dan komitmen bekerja. *Procuratio : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8(4), 491-502. <https://doi.org/10.35145/procuratio.v8i4.812>
- Moody, G,D, and Siponen, M, (2013), "Using the theory of interpersonal behaviour to explain non-work-related personal use of the Internet at work", *Information and Management*, Vol, 50 No, 6, pp, 322-335, <https://doi.org/10.1016/j.im.2013.04.005>
- Rahimnia, F, and Mazidi, A,R,K, (2015), "Functions of control mechanisms in mitigating workplace loafing: evidence from an Islamic society", *Computers in Human Behavior*, Vol, 48, pp, 671-681, <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.02.035>
- Rhoades, L,, Eisenberger, R, and Armeli, S, (2001) "Affective Commitment to the Organization: The Contribution of Perceived Organizational Support", *Journal of Applied Psychology*, Vol 86, pp, 825-836, <http://dx.doi.org/10.1037/0021-9010.86.5.825>
- Schoemmel, K., Jønsson, T., & Jeppesen, H. J. (2015). The Development and Validation of a Multitarget Affective Commitment Scale. *Personnel Review*, 44(2), pp. 286-307. <https://doi.org/10.1108/PR-06-2013-0099>
- Schuh, S. C., Zhang, X. A., Morgeson, F. P., Tian, P., & van Dick, R. (2018). Are you really doing good things in your boss's eyes? Interactive effects of employee innovative work behavior and leader–member exchange on supervisory performance ratings. *Human Resource Management*, 57(1), pp. 397-409. <http://dx.doi.org/10.1002/hrm.21851>
- Singh, A., & Gupta, B. (2015). Job Involvement, Organizational Commitment, Professional Commitment, and Team Commitment: A Study of Generational Diversity. *Benchmarking: An International Journal*, 22, pp. 1192-1211. <https://doi.org/10.1108/bij-01-2014-0007>
- Sheehan, M., Garavan, T. N., & Carbery, R. (2014). Innovation and Human Resource Development (HRD). *European Journal of Training and Development*, 38, pp. 2-14. <http://dx.doi.org/10.1108/EJTD-11-2013-0128>
- Sugiyono (2019), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabet.

- Sutoni, S. (2023). The effect of cyberloafing, leader member exchange and innovative work behaviour on employee performance. *Dinasti International Journal of Education Management and Social Science*, 4(5), pp. 783-799. <https://doi.org/10.31933/dijemss.v4i5>
- Umar, H., (2011), *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Edisi Kedua, Jakarta :PT, Raja Grafindo Persada,
- Wahyuni, R., Irfani, H., & Mariana, R. (2020). Kinerja Pegawai Ditinjau dari Perilaku Cyberloafing dan Komitmen Organisasi. *Psyche 165 Journal*, 13(2), pp. 240–245. <https://doi.org/10.35134/jpsy165.v13i2.85>
- Xerri, M, J., & Brunetto, Y, (2013), Fostering innovative behaviour: The importance of employee commitment and organisational citizenship behaviour, *The International Journal of Human Resource Management*, Vol 24, No, 16, pp, 3163–3177, <https://doi.org/10.1080/09585192.2013.775033>