

**HUBUNGAN *SELF-EFFICACY* DENGAN WORK
ENGAGEMENT PADA SALES MOBIL
DI KOTA MEDAN**

SKRIPSI

OLEH

SEPTIA SUMARDI

218600210



**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2026**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 4/8/26

Access From (repository.uma.ac.id)4/8/26

HUBUNGAN *SELF-EFFICACY* DENGAN WORK *ENGAGEMENT* PADA SALES MOBIL DI KOTA MEDAN

Skripsi

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh

Gelar Sarjana di Fakultas Psikologi

Universitas Medan Area



OLEH:

**SEPTIA SUMARDI
218600210**

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2026**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : HUBUNGAN *SELF-EFFICACY* DENGAN *WORK ENGAGEMENT* PADA SALES MOBIL DI KOTA MEDAN

Nama : SEPTIA SUMARDI

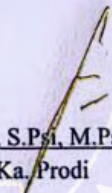
NPM : 218600210

Fakultas : PSIKOLOGI

Disetujui Oleh
Komisi Pembimbing


Dr. Rahmi Lubis, M.Psi., Psikolog
Pembimbing


Dr. Siti Aisyah, S.Psi., M.Psi., Psikolog
Dekan


Faadhil, S.Psi., M.Psi., Psikolog
Ka. Prodi

Tanggal lulus : 3 Maret 2026

HALAMAN PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis yang saya susun sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini saya kutip dari hasil karya orang lain dan telah dituliskan sumbernya dengan jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademis yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku apabila di kemudian hari ditemukan plagiat dalam skripsi ini.



HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPERLUAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Septia Sumardi
NPM : 21.860.0210
Program Studi : Psikologi
Fakultas : Psikologi
Karta : Skripsi

Demi mengembangkan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area, Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*No-exclusive Royalty Free-Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: *HUBUNGAN SELF-EFFICACY DENGAN WORK ENGAGEMENT PADA SALES MOBIL DI KOTA MEDAN*. Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini, Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan memublikasikan skripsi ini selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Medan
Pada tanggal :

3 Maret 2026

Yang menyatakan


Septia Sumardi

ABSTRAK

HUBUNGAN *SELF-EFFICACY* DENGAN *WORK ENGAGEMENT* PADA SALES MOBIL DI KOTA MEDAN

OLEH:

SEPTIA SUMARDI

NPM: 218600210

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *self-efficacy* dengan *work engagement* pada *sales* mobil di Kota Medan. *Self-efficacy* didefinisikan sebagai keyakinan individu terhadap kemampuannya dalam menghadapi tantangan dan melaksanakan tugas dengan sukses, sedangkan *work engagement* merupakan kondisi psikologis positif yang ditandai dengan semangat (*vigor*), dedikasi (*dedication*), dan keterlibatan penuh (*absorption*) dalam pekerjaan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode korelasional. Sampel penelitian berjumlah 226 responden yang dipilih menggunakan teknik *accidental sampling*. Instrumen pengumpulan data berupa skala *Generalized Self-Efficacy Scale (GSES)* dan *Utrecht Work Engagement Scale (UWES-9)* yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya ($\alpha = 0,920$ untuk *self-efficacy* dan $\alpha = 0,925$ untuk *work engagement*). Analisis data dilakukan dengan teknik korelasi *Pearson Product Moment*. Hasil analisis menunjukkan adanya hubungan positif dan signifikan antara *self-efficacy* dengan *work engagement* ($r = 0,629$; $p < 0,05$) dengan koefisien determinasi sebesar 47,8%. Artinya, semakin tinggi *self-efficacy* yang dimiliki individu, semakin tinggi pula tingkat *work engagement*-nya. Secara deskriptif, kedua variabel berada pada kategori tinggi, yang menunjukkan bahwa para *sales* memiliki keyakinan diri kuat serta keterlibatan tinggi dalam pekerjaannya. Temuan ini menegaskan bahwa *self-efficacy* merupakan salah satu sumber daya pribadi yang penting dalam meningkatkan *work engagement*.

Kata kunci: *Self-efficacy*, *Work engagement*, *Sales*, Psikologi Industri dan Organisasi, Kota Medan

ABSTRACT

THE RELATIONSHIP BETWEEN SELF-EFFICACY AND WORK ENGAGEMENT AMONG CAR SALESPeOPLE IN MEDAN CITY

By:

SEPTIA SUMARDI

NPM: 218600210

This study aims to determine the relationship between self-efficacy and work engagement among car salespeople in Medan City. Self-efficacy is defined as an individual's belief in their ability to face challenges and successfully perform tasks, while work engagement refers to a positive psychological state characterized by vigor, dedication, and absorption in one's work. This research employed a quantitative approach using a correlational method. The sample consisted of 226 respondents selected through accidental sampling. Data were collected using the Generalized Self-Efficacy Scale (GSES) and the Utrecht Work Engagement Scale (UWES-9), both of which were tested for validity and reliability ($\alpha = 0.920$ for self-efficacy and $\alpha = 0.925$ for work engagement). Data analysis was conducted using the Pearson Product Moment correlation technique. The results showed a positive and significant relationship between self-efficacy and work engagement ($r = 0.629$; $p < 0.05$), with a coefficient of determination of 47.8%. This indicates that the higher an individual's self-efficacy, the higher their level of work engagement. Descriptively, both variables were found to be in the high category, suggesting that salespeople possess strong self-confidence and high involvement in their work. These findings highlight that self-efficacy serves as an important personal resource in enhancing work engagement.

Keywords: Self-efficacy, Work engagement, Sales, Industrial and Organizational Psychology, Medan City

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Saya yang bernama Septia Sumardi adalah seorang perempuan yang lahir di Medan pada tanggal 19 Oktober 2003 dan saat ini berdomisili di Jl. Belat No.110, Medan.

Saya dapat dihubungi melalui email di Septiasumardi16@gmail.com. Riwayat pendidikan formal yang telah saya tempuh dimulai dari SD Pahlawan Nasional, kemudian melanjutkan ke SMP Pahlawan Nasional, dan terakhir menyelesaikan pendidikan di SMA Pertiwi.



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Kuasa atas segala karuniaNya sehingga skripsi ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian ini adalah Self-efficacy dan *Work engagement* Agresi dengan judul **Hubungan Self-efficacy Dengan Work engagement Pada Sales Mobil di Kota Medan.**

Terima kasih peneliti sampaikan kepada ibu Dr. Rahmi Lubis, M.Psi., Psikolog selaku pembimbing yang telah banyak memberikan saran. Ungkapan terima kasih juga disampaikan kepada ayah, ibu, serta seluruh keluarga atas segala doa dan perhatiannya. Peneliti menyadari bahwa tugas akhir/skripsi ini masih memiliki kekurangan, oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat peneliti harapkan demi kesempurnaan tugas akhir/skripsi ini. Peneliti berharap tugas akhir/skripsi ini dapat bermanfaat baik untuk kalangan pendidikan maupun masyarakat. Akhir kata peneliti ucapkan terima kasih.

Peneliti

Septia Sumardi

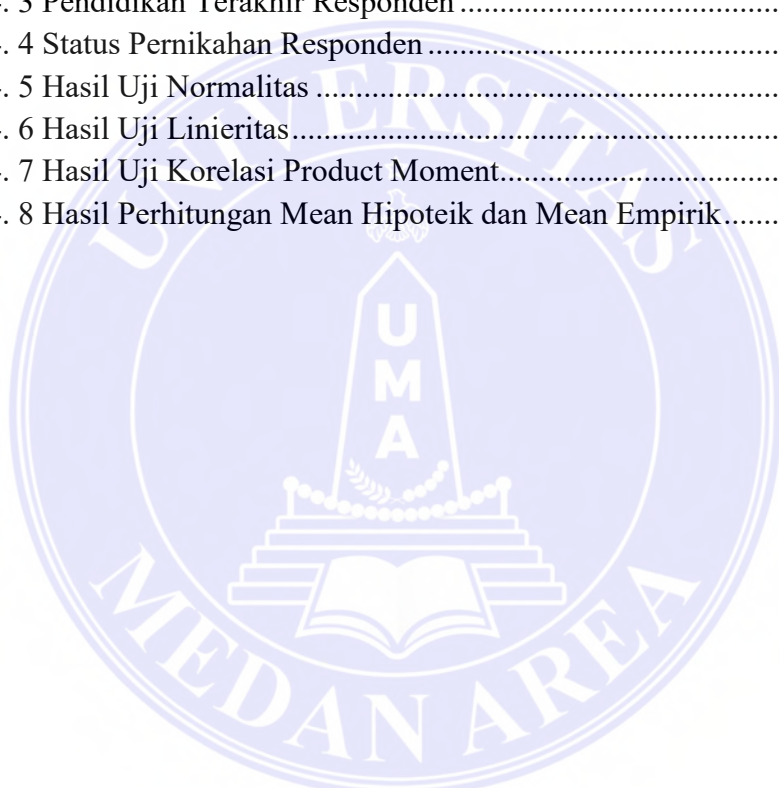
DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN.....	v
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	9
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Hipotesis Penelitian.....	9
1.5. Manfaat Penelitian.....	10
1.5.1. Manfaat Teoritis.....	10
1.5.2. Manfaat Praktis.....	10
BAB II LANDASAN TEORI.....	11
2.1. <i>Work engagement</i>	11
2.1.1 Pengertian <i>Work engagement</i>	11
2.1.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi <i>Work engagement</i>	13
2.1.3 Aspek-aspek <i>Work engagement</i>	19
2.1.4 Ciri-ciri <i>Work engagement</i>	22
2.2. <i>Self-efficacy</i>	23
2.2.1 Pengertian <i>Self-efficacy</i>	23
2.2.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi <i>Self-efficacy</i>	26
2.2.3 Aspek-aspek <i>Self-efficacy</i>	31
2.2.4 Ciri-ciri <i>Self-efficacy</i>	35

2.3.	Hubungan <i>Self-efficacy</i> dengan <i>Work engagement</i>	35
2.4.	Kerangka Konseptual	39
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		40
3.1.	Waktu dan Tempat Penelitian	40
3.2.	Bahan dan Alat	40
3.3.	Metode Penelitian	40
3.4.	Identifikasi Variabel Penelitian	41
3.5.	Definisi Oprasional	42
3.6.	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	43
3.6.1	Populasi	43
3.6.2	Sampel	43
3.6.3	Teknik Pengambilan Sampel	44
3.7.	Metode Pengumpulan Data	45
3.7.1.	Validitas dan Reliabelitas	48
3.7.2.	Metode Analisis Data	50
3.8.	Prosedur Kerja	51
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		53
4.1.	Orientasi Kancan Penelitian	53
4.1.1.	Gambaran Umum Subjek Penelitian	53
4.2.	Hasil	54
4.2.1.	Hasil Uji Validitas	54
4.2.2.	Hasil Uji Reliabelitas	55
4.2.3.	Hasil Uji Hipotesis	56
4.2.3.1.	Hasil Perhitungan Uji Normalitas	56
4.2.3.2.	Hasil Perhitungan Uji Linieritas	57
4.2.3.3.	Hasil Perhitungan Korelasi	58
4.2.3.4.	Hasil Perhitungan Mean Hipotetik dan Empirik	59
4.3.	Pembahasan	61
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		65
5.1.	Kesimpulan	65
5.2.	Saran	65
DAFTAR PUSTAKA		67
LAMPIRAN		72

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Blue Print GSES	46
Tabel 3. 2 Blue Print UWES-9.....	48
Table 4. 1 Jenis Kelamin Responden	53
Table 4. 2 Rentang Usia Responden	53
Table 4. 3 Pendidikan Terakhir Responden	54
Table 4. 4 Status Pernikahan Responden	54
Table 4. 5 Hasil Uji Normalitas	57
Table 4. 6 Hasil Uji Linieritas.....	58
Table 4. 7 Hasil Uji Korelasi Product Moment.....	59
Table 4. 8 Hasil Perhitungan Mean Hipoteik dan Mean Empirik.....	60



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	39
Gambar 4. 1 Kurva Normal Variabel.....	60



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Permohonan Penggunaan Instrumen.....	73
LAMPIRAN 2 Instrumen Penelitian.....	75
LAMPIRAN 3 Validitas dan Reliabelitas.....	82
LAMPIRAN 4 Uji Normalitas	84
LAMPIRAN 5 Uji Linieritas	85
LAMPIRAN 7 Uji Korelasi Product Moment	86
LAMPIRAN 7 Data Mentah Penelitian	87
LAMPIRAN 8 Ijin Penelitian	98



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Industri otomotif merupakan salah satu sektor strategis yang memberikan kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi global dan nasional. Di Indonesia, persaingan di sektor otomotif semakin meningkat seiring dengan tingginya permintaan konsumen dan kemunculan berbagai merek baru. Dalam kondisi ini, tenaga penjualan (*sales*) memiliki peran krusial dalam meningkatkan angka penjualan, membangun hubungan dengan pelanggan, dan memenuhi target perusahaan (Santoso et al., 2021).

Setiap perusahaan memiliki aset yang menjadi hal penting untuk keberlangsungan dan pencapaian tujuannya, aset tersebut adalah sumber daya manusia (Kasmawati, 2018). Sumber daya manusia berkaitan dengan kemampuan (*skill*) karyawan yang bersifat dinamis dan memiliki kemampuan untuk terus berkembang, perkembangan tersebut yang akan mempengaruhi stabilitas dan kontinuitas suatu perusahaan (Catio & Rachmatullah, 2020). Oleh sebab itu, setiap perusahaan mengharapkan adanya pengembangan sumber daya manusia berkualitas, sehingga dapat mendukung pencapaian visi misi dan tujuan yang telah ditetapkan (Mulyani, 2021).

Dalam dunia bisnis yang sangat kompetitif, di mana laju perubahan telah meningkat, organisasi semakin bergantung pada kekuatan dan bakat karyawan mereka. Organisasi modern yang ingin tetap kompetitif membutuhkan karyawan

yang terlibat-individu yang memiliki tingkat energi, dedikasi, dan penyerapan yang tinggi. Karyawan yang terlibat memiliki banyak "sumber daya" yang dapat mereka investasikan dalam pekerjaan mereka. Mereka antusias dengan pekerjaan mereka, tenggelam dalam aktivitas kerja mereka, dan gigih ketika dihadapkan dengan tantangan dan rintangan. Studi meta-analitik yang menyaring efek rata-rata yang ditemukan dalam ratusan studi telah menunjukkan bahwa *work engagement* merupakan prediktor penting dari kinerja pekerjaan dan organisasi (Bakker, 2017).

Pada perusahaan penjual produk, umumnya akan bertumpu kepada pemasaran untuk menghasilkan keuntungan atau profit. Oleh sebab itu, bagian pemasaran dan penjualan selalu diibaratkan sebagai tulang punggung atau ujung tombak perusahaan (Sukamulja, 2021). Pemasaran merupakan salah satu aktivitas pokok dalam suatu usaha untuk mempertahankan kelangsungan hidup dan mengembangkan usaha perusahaan. Adanya pemasaran dalam suatu perusahaan, membuat calon konsumen bisa mengetahui produk yang akan ditawarkan (Kotler, 1996).

Konsep dari pemasaran adalah memberikan kepuasan terhadap keinginan dan kebutuhan pembeli atau konsumen yang mencerminkan komitmen perusahaan dengan kedaulatan konsumen, dengan tujuan untuk menghasilkan sebuah keuntungan (Syahyono, 2016). Perusahaan dalam mencapai keuntungan tersebut akan melakukan berbagai kegiatan yang menunjang pemasaran, salah satunya adalah melakukan promosi untuk mengkomunikasikan serta memperkenalkan produk dan jasa ke pasar sasaran (Ismanto, 2020). Promosi tersebut dijalankan sebagai tindakan untuk mendorong ketertarikan konsumen membeli layanan yang

ditawarkan. Oleh sebab itu, perusahaan perlu didukung dengan adanya tenaga penjual atau *sales* yang handal dan memiliki kinerja yang baik (Utomo, 2019).

Baldauf, Cravens, & Nigeal menjelaskan bahwa kinerja *sales* mencakup dua konsep yaitu perilaku yang ditunjukkan oleh *sales* tersebut dan hasil yang diperoleh dari usaha yang diberikan. Penilaian kinerja *sales* secara obyektif diukur dari volume penjualan yang telah dicapai. Selain itu, penilaian secara subjektif dapat ditinjau dari kepuasan pelanggan, kemampuan mendengarkan konsumen, keefektifan dalam menangani kebutuhan serta keinginan konsumen, dan sebagainya (Baldauf et al., 2001).

Sales menjadi penunjang dalam perusahaan untuk mendapatkan pelanggan (Terho et al., 2012). Hal ini dikarenakan *sales* dalam melakukan aktivitas kinerjanya, akan berurusan langsung dengan konsumen, mulai dari menawarkan produk sampai dengan produk tersebut terjual. *Sales* menjadi salah satu media perantara antara produk atau jasa suatu perusahaan dengan konsumen, sehingga *sales* menjadi sumber utama peningkatan pendapatan penjualan (Utomo, 2019). Selain menghasilkan profit bagi perusahaan, *sales* juga bertujuan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumennya, seperti mengidentifikasi kebutuhan konsumen, mengembangkan kebutuhan yang tepat dan melakukan promosi secara efektif (Kotler, 2010).

Sales dalam menjalankan tugas pekerjaannya, memiliki tanggung jawab akan pencapaian target penjualan. Namun, terkadang untuk mendatangkan keuntungan yang besar, perusahaan menetapkan target penjualan yang tinggi, sehingga dapat menjadi tantangan yang terkadang menimbulkan perasaan lelah

dan kehilangan semangat seorang *sales*. Tidak jarang untuk menjaga hubungan baik, *sales* dituntut untuk selalu bersikap positif dan sabar menerima perlakuan kurang menyenangkan dari konsumen. *Sales* juga perlu secara positif menanggapi sikap penolakan yang diberikan selama menawarkan produk atau jasa perusahaan kepada calon konsumen, meskipun sikap penolakan tersebut dapat mempengaruhi semangatnya dalam bekerja (Bimantara, 2018).

Pada beberapa penelitian, ditemukan fakta bahwa untuk menjaga hubungan baik dengan konsumen, *sales* seringkali perlu mendahulukan kepentingan konsumen dibanding kepentingan pribadinya. *Sales* cenderung akan mengorbankan waktu pribadinya, ketika konsumen meminta bantuan di luar jam kerja (Nasuka, 2017). Tantangan tersebut, menggambarkan dalam menjalankan pekerjaannya *sales* perlu untuk memiliki kesabaran yang tinggi, energi yang besar, keterlibatan diri, dan antusiasme dalam bekerja yang dikenal sebagai konsep *work engagement*.

Schaufeli & Bakker (2004a) menjelaskan bahwa *work engagement* memberikan peran penting yang berdampak positif bagi perusahaan karena dapat menjadikan karyawan mampu bekerja dengan lebih baik dan memiliki komitmen atas perusahaan. Istilah *work engagement* menurut Eldor & Harpaz, (2016) merupakan konsep yang dimiliki karyawan, berkaitan dengan kepuasan, motivasi dan kontribusi yang aktif dalam pekerjaan yang mencerminkan karyawan dapat menjadi investasi sumber daya fisik, afektif dan kognitif pada pekerjaan. *Work engagement* berimplikasi pada kinerja, baik individu maupun perusahaan, karyawan yang *engaged* akan melakukan pekerjaan dengan efektif, sehingga *work*

engagement menjadi salah satu kunci untuk karyawan dapat memberikan kinerja yang optimal terhadap suatu perusahaan (Leiter, 2010).

Work engagement merupakan keadaan pikiran yang positif terkait pekerjaan yang ditandai dengan aspek *vigor*, *dedication*, dan *absorption*. *Vigor* ditandai dengan tingkat energi yang tinggi karyawan saat bekerja, *dedication* ditandai dengan rasa antusiasme, bangga dan tertantang dalam melakukan pekerjaan, dan *absorption* ditandai dengan konsentrasi penuh dalam melakukan pekerjaan (Schaufeli & Bakker, 2004a). *Work engagement* membantu karyawan untuk bisa secara penuh mencurahkan energi dan kemampuannya serta antusias untuk melakukan pekerjaan (Van Den Heuvel et al., 2010).

Karyawan yang menunjukkan *work engagement* adalah karyawan yang aktif mengambil inisiatif di tempat kerja dan menghasilkan umpan balik yang positif pada diri mereka sendiri karena memiliki sikap kerja yang positif (Salanova et al., 2005). *Work engagement* berkaitan dengan semua jenis pekerjaan yang menantang yang menggambarkan kemampuan karyawan untuk memecahkan masalah, menjalin relasi dengan orang lain dan mengembangkan layanan yang inovatif. Karyawan yang memiliki *engagement* yang tinggi dapat dengan mudah beradaptasi sehingga mampu memberikan kualitas pelayanan yang baik. Oleh sebab itu, *work engagement* sangat penting bagi karyawan yang pekerjaannya melakukan interaksi dengan customer, klien atau konsumen, pasien, pelajar, atau pekerjaan dengan pelayanan sebagai modal utamanya (Leiter, 2010).

Work engagement yang rendah dapat berdampak negatif bagi individu maupun organisasi. Bagi individu, rendahnya *work engagement* dapat

menyebabkan menurunnya kinerja, kurangnya motivasi, serta meningkatkan stres dan *burnout* (Sari, 2021). Dampak bagi organisasi juga tidak kalah signifikan. Rendahnya keterlibatan karyawan dapat menyebabkan penurunan produktivitas secara keseluruhan, yang berimbas pada pencapaian target perusahaan (Hidayat, 2022).

Tingkat keterlibatan kerja di Indonesia bervariasi berdasarkan berbagai survei yang telah dilakukan. Menurut survei Gallup pada 2024, hanya 8% manajer di Indonesia yang benar-benar terlibat dalam pekerjaannya, sementara 23% tidak terlibat, dan 36% sangat tidak terlibat (Merdeka, 2024). Di sisi lain, laporan Talentics pada 2023 menunjukkan bahwa tingkat keterlibatan karyawan di Indonesia mencapai 77%, lebih tinggi dibandingkan rata-rata global sebesar 57% (Talentics, 2023).

Salah satu variabel psikologis yang berkaitan erat dengan *work engagement* adalah *self-efficacy*. *Self-efficacy* didefinisikan sebagai keyakinan seseorang terhadap kemampuannya untuk mengatur dan melaksanakan tindakan yang diperlukan untuk mencapai tujuan tertentu. Menurut Bandura, *self-efficacy* adalah keyakinan seseorang terhadap kemampuan dirinya untuk mengorganisasi dan melakukan tindakan yang diperlukan guna mencapai hasil yang diinginkan dalam situasi tertentu. Konsep ini bukan hanya soal kemampuan objektif seseorang, tetapi juga tentang persepsi mereka terhadap kemampuan tersebut. Bandura menekankan bahwa *self-efficacy* sangat berpengaruh terhadap bagaimana seseorang berpikir, merasa, memotivasi dirinya, dan bertindak. Individu dengan *self-efficacy* yang tinggi cenderung menghadapi tantangan dengan keyakinan diri, bertahan dalam menghadapi kesulitan, dan memiliki motivasi untuk belajar dari

kegagalan. Sebaliknya, individu dengan *self-efficacy* yang rendah cenderung menghindari tantangan, cepat menyerah, dan kurang percaya diri (Bandura, 1997).

Menurut Schunk, *self-efficacy* adalah keyakinan individu terhadap kemampuannya untuk berhasil melaksanakan tugas atau mencapai tujuan tertentu. Keyakinan ini memengaruhi motivasi, pemilihan tugas, usaha yang diberikan, ketekunan dalam menghadapi tantangan, serta tingkat pencapaian yang diraih. Dalam konteks pembelajaran, *self-efficacy* memiliki peran penting dalam menentukan keberhasilan akademik. Siswa dengan tingkat *self-efficacy* yang tinggi cenderung memilih tugas yang lebih menantang, berusaha lebih keras, dan tetap gigih saat menghadapi kesulitan. Selain itu, mereka juga cenderung menggunakan strategi belajar yang lebih baik dan lebih efektif untuk mencapai tujuan. Schunk menekankan bahwa *self-efficacy* tidak hanya memengaruhi perilaku belajar, tetapi juga membentuk motivasi akademik secara keseluruhan (Schunk, 1991).

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa *self-efficacy* memiliki hubungan positif dengan *work engagement*. Individu yang memiliki keyakinan terhadap kemampuannya sendiri cenderung lebih mampu menghadapi tantangan pekerjaan, sehingga meningkatkan keterlibatan mereka dalam pekerjaan (Bakker et al., 2007). Penelitian lain menunjukkan bahwa peningkatan *self-efficacy* dapat meningkatkan keterlibatan kerja. Misalnya, penelitian oleh Pratama (2019), menunjukkan bahwa *self-efficacy* dan *work engagement* berada dalam kategori tinggi, meskipun *self-efficacy* bukan satu-satunya faktor yang mempengaruhi keterlibatan kerja. Selain itu, Sofiaha (2023), menemukan bahwa variabel *self-efficacy* berpengaruh signifikan terhadap *employee work engagement*, dengan nilai

yang menunjukkan hubungan positif. Ramadhan (2023), juga melaporkan bahwa ada hubungan positif yang signifikan antara *self-efficacy* dan *work engagement*, di mana semakin tinggi skor *self-efficacy*, semakin tinggi pula *work engagement*. Dengan demikian, meningkatkan *self-efficacy* dapat menjadi strategi yang efektif untuk meningkatkan keterlibatan kerja di lingkungan organisasi. Hasil dalam penelitian yang dilakukan Mardiana & Wijono (2023), terdapat hubungan positif yang signifikan pada karyawan pusat pengembangan anak cluster Kab. Sebesar 66% karyawan yang memiliki tingkat *self-efficacy* yang tinggi dan 54% karyawan yang memiliki tingkat *work engagement* pada kategori sangat tinggi. Hasil ini menunjukkan apabila semakin tinggi tingkat *self-efficacy* karyawan maka akan semakin tinggi pula tingkat *work engagement* karyawan tersebut.

Meskipun banyak penelitian yang telah membahas *self-efficacy* dan *work engagement* secara umum, penelitian yang secara spesifik mengkaji hubungan keduanya dalam konteks tenaga penjualan di industri otomotif masih terbatas, khususnya di Indonesia. Salah satu tantangan terbesar adalah bagaimana meningkatkan kepercayaan diri tenaga penjualan dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat dan target penjualan yang tinggi.

Dalam beberapa tahun terakhir, perhatian terhadap peran psikologis seperti *self-efficacy* dalam meningkatkan *work engagement* semakin meningkat. Bagi Perusahaan otomotif, pemahaman yang lebih mendalam tentang hubungan antara *self-efficacy* dan *work engagement* dapat memberikan wawasan berharga untuk merancang program pelatihan dan pengembangan tenaga penjualan. Dengan meningkatkan *self-efficacy*, perusahaan dapat membantu tenaga penjualannya untuk lebih percaya diri, termotivasi, dan terlibat secara emosional dalam

pekerjaan mereka. Hal ini tidak hanya akan berdampak positif pada kinerja individu tetapi juga pada pencapaian target perusahaan secara keseluruhan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji hubungan antara *self-efficacy* dan *work engagement* pada tenaga penjualan mobil di Kota Medan. Adapun jumlah yang menjadi populasi dari penelitian ini ialah *sales marketing* otomotif di Kota Medan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis bagi perusahaan dalam meningkatkan kinerja tenaga penjualannya melalui pendekatan psikologis. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk menambah wawasan dalam bidang psikologi industri dan organisasi, khususnya mengenai peran *self-efficacy* dalam meningkatkan keterlibatan kerja.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan, maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini adalah : apakah terdapat hubungan *self-efficacy* dengan *work engagement* Pada Sales Mobil di Kota Medan.

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan *Self-efficacy* Dengan *Work engagement* Pada Sales Mobil di Kota Medan.

1.4. Hipotesis Penelitian

Adapun hipotesis penelitian ini yaitu terdapat hubungan positif antara *self-efficacy* dengan *work engagement* pada *sales* mobil di Kota Medan, dengan asumsi semakin tinggi *self-efficacy* maka semakin tinggi *work engagement*, sebaliknya semakin rendah *self-efficacy* maka semakin rendah *work engagement* pada *sales* mobil di Kota Medan.

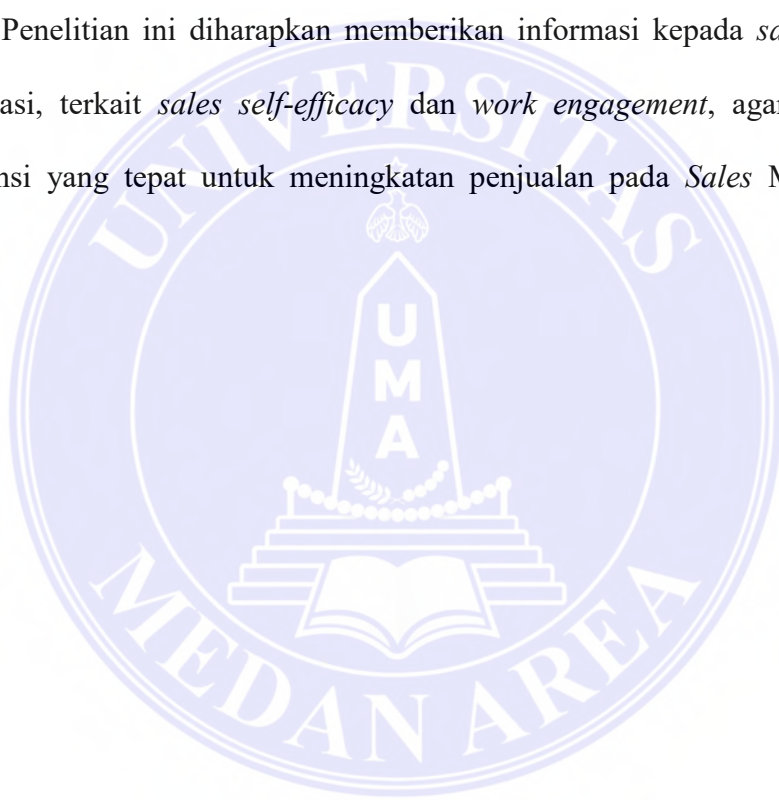
1.5. Manfaat Penelitian

1.5.1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi tambahan dalam penelitian di bidang psikologi industri dan organisasi, khususnya terkait *sales self-efficacy* dan *work engagement*.

1.5.2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan memberikan informasi kepada *sales* dan pihak organisasi, terkait *sales self-efficacy* dan *work engagement*, agar dapat diberi intervensi yang tepat untuk meningkatkan penjualan pada *Sales Mobil* di Kota Medan.



BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. *Work engagement*

2.1.1 *Pengertian Work engagement*

Menurut Schaufeli dan Bakker, *work engagement* adalah "keadaan mental yang positif dan penuh kepuasan terkait pekerjaan," yang ditandai dengan tiga dimensi utama: *vigor*, *dedication*, dan *absorption*. *Vigor* mengacu pada energi tinggi, ketahanan mental, serta keinginan untuk berusaha keras dalam pekerjaan. *Dedication* mencakup keterlibatan emosional yang mendalam terhadap pekerjaan, seperti rasa bermakna, antusiasme, dan kebanggaan. Sementara itu, *absorption* menggambarkan keadaan di mana seseorang benar-benar terbenam dalam pekerjaannya sehingga waktu terasa berlalu tanpa disadari (*flow state*). Mereka juga mengembangkan *Utrecht Work engagement Scale* (UWES) sebagai alat ukur untuk menilai dimensi-dimensi ini. Schaufeli dan Bakker menekankan bahwa *work engagement* bersifat kebalikan dari *burnout*, tetapi memiliki sifat positif yang lebih menonjol (Schaufeli & Bakker, 2004a).

Kahn mendefinisikan *work engagement* sebagai keadaan ketika individu secara fisik, kognitif, dan emosional terhubung dengan peran pekerjaan mereka. Ia mengidentifikasi tiga kondisi utama yang mendukung keterlibatan, yaitu *meaningfulness* (makna), *safety* (keamanan), dan *availability* (ketersediaan). *Meaningfulness* muncul ketika individu merasa bahwa pekerjaan mereka penting dan sesuai dengan nilai-nilai pribadi. *Safety* tercipta melalui lingkungan kerja yang mendukung dan memungkinkan individu untuk bebas berekspresi tanpa

takut dihakimi. Sementara itu, *availability* adalah ketersediaan sumber daya fisik, emosional, dan psikologis yang memungkinkan individu untuk memberikan performa terbaik. Ketiga elemen ini sangat penting untuk mendorong keterlibatan kerja yang optimal (Kahn, 1990).

Bakker dan Demerouti memperkenalkan *Job Demands-Resources* (JD-R) Model untuk menjelaskan bagaimana *work engagement* berkembang dalam lingkungan kerja. Mereka menjelaskan bahwa keterlibatan kerja dipengaruhi oleh keseimbangan antara tuntutan pekerjaan (*job demands*) dan sumber daya pekerjaan (*job resources*). *Job demands* adalah aspek pekerjaan yang memerlukan usaha fisik dan mental, seperti tekanan kerja atau beban tugas, yang berpotensi menimbulkan stres. Sebaliknya, *job resources* mencakup faktor-faktor seperti dukungan sosial, otonomi, dan peluang pengembangan, yang meningkatkan motivasi dan keterlibatan. Ketika sumber daya pekerjaan tinggi, karyawan lebih mampu mengatasi tuntutan pekerjaan, sehingga meningkatkan keterlibatan kerja (Bakker et al., 2007).

Work engagement adalah kondisi mental di mana seseorang yang melakukan aktivitas kerja benar-benar tenggelam dalam aktivitas tersebut, merasa penuh energi dan antusias terhadap pekerjaan tersebut. Menurut William Kahn, yang menciptakan istilah *engagement* pada tahun 1990, *engagement* mengacu pada penggunaan dan ekspresi simultan dari 'diri pilihan' seseorang dalam perilaku tugas yang mendorong hubungan dengan pekerjaan dan orang lain. Dengan terlibat secara autentik, karyawan meningkatkan kehadiran pribadi mereka (*engagement* fisik, kognitif, dan emosional), yang mengarah pada kinerja yang aktif dan penuh. Konseptualisasi asli ini menekankan bahwa pekerja yang

terlibat mengerahkan banyak upaya dalam pekerjaan mereka karena mereka sangat mengidentifikasi diri dengan pekerjaan tersebut (Bakker, 2017).

May, Gilson, dan Harter mengembangkan teori tentang kondisi psikologis yang mendorong *work engagement*, dengan memperluas konsep yang diajukan oleh Kahn. Mereka menekankan bahwa meaningfulness (makna pekerjaan) adalah elemen kunci yang memotivasi individu untuk terlibat penuh dalam pekerjaan. Selain itu, keamanan psikologis (*safety*) dan ketersediaan sumber daya (*availability*) dianggap sebagai faktor pendukung penting untuk mempertahankan keterlibatan. Mereka menekankan bahwa lingkungan kerja yang memberikan tugas bermakna, dukungan sosial, dan sumber daya yang memadai dapat meningkatkan keterlibatan karyawan secara signifikan (May et al., 2004).

Dari beberapa uraian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa *Work engagement* adalah sejauh mana karyawan merasa terlibat, antusias, dan termotivasi dalam pekerjaannya. Karyawan yang terlibat cenderung lebih produktif dan puas dengan pekerjaan mereka.

2.1.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi *Work engagement*

Schaufeli dan Bakker (2010) menyatakan bahwa terdapat beberapa hal yang menjadi prediktor penting bagi *Work engagement*. adalah sebagai berikut:

a. Tuntutan kerja (job demands)

Diartikan sebagai derajat lingkungan pekerjaan dalam memberikan stimulus yang bersifat menuntut dan memerintah sehingga perlu diberikan respon. Respon yang diberikan seringkali harus mengeluarkan usaha baik fisik ataupun psikis dari individu atau karyawan terkait dikarenakan

tuntutan kerja ini dapat mengarah pada aspek fisik, sosial atau organisasional. Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi tuntutan kerja antara lain adalah: tekanan kerja (work pressure), tuntutan emosi (emotional demands), tuntutan mental (mental demands), dan tuntutan fisik (physical demands).

b. Sumber daya kerja (job resources)

Sumber daya kerja atau yang sering disebut job resources diartikan sebagai aspek fisik, psikologis, sosial, dan organisasi pada pekerjaan yang antara lain digunakan untuk: 1) mengurangi tuntutan dari pekerjaan dan usaha yang dikeluarkan secara fisik maupun psikis, 2) meraih suatu tujuan/goal dari pekerjaan, 3) dan menstimulasi perkembangan, pertumbuhan dan pembelajaran pribadi. Menurut model teori job demands - resources, Halbesleben menyatakan bahwa sumber daya kerja merupakan penahan hubungan antara tuntutan kerja dan kelelahan (exhaustion). Dibawah kondisi pekerjaan, pekerja yang memiliki leel tinggi dari resources memberikan lebih masukan dan kemudian lebih mampu berhubungan denan tuntutan (demands). Hasilnya, pekerja akan cenderung memiliki tingkat kelelahan yang rendah dalam bekerja.

c. Sumber daya pribadi (personal resources)

Diartikan sebagai aspek kognitif dan afektif dari kepribadian, yang merupakan kepercayaan positif terhadap diri sendiri dan lingkungan serta bersifat dapat dikembangkan, yang mana hal ini dapat memotivasi dan memfasilitasi pencapaian tujuan bahkan saat menghadapi kesulitan dan tantangan.

Engagement karyawan dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor yang dapat dikelompokkan menjadi 2 bentuk menurut Lockwood (Robertson-Smith & Markwick, 2009), yaitu sebagai berikut:

a. Faktor internal

Ada beberapa hal yang dapat mempengaruhi tingkat engagement karyawan, diantaranya adalah latar belakang kehidupan karyawan (biografis), karakteristik kepribadian, kepercayaan karyawan terhadap perusahaan, perasaan bangga terhadap perusahaan, dan persepsi karyawan bahwa pekerjaan yang dilakukan merupakan hal yang penting, memiliki tujuan, serta memiliki makna bagi dirinya.

b. Faktor eksternal

Hal-hal yang dapat mempengaruhi tingkat employee engagement berdasarkan faktor eksternal, yaitu budaya organisasi, gaya kepemimpinan, perhatian senior manajer terhadap keberadaan karyawan, reputasi perusahaan, kompensasi, kesempatan untuk mengembangkan karir karyawan, terbukanya kesempatan bagi karyawan untuk memberikan pendapat, hak karyawan untuk mengambil keputusan, kualitas komunikasi antar anggota organisasi, tim kerja yang kompak dan saling mendukung, jelasnya jenis pekerjaan yang dilakukan, adanya sumber daya yang dibutuhkan karyawan untuk mendukung performansi, dan penyampaian nilai serta tujuan organisasi kepada karyawan.

Schaufeli, Salanova, González-Romá, dan Bakker mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi *work engagement* melalui pendekatan yang berfokus pada dua konsep utama: Job Resources (Sumber Daya Pekerjaan) dan Personal

Resources (Sumber Daya Pribadi). Mereka mengajukan bahwa *work engagement* adalah keadaan positif, proaktif, dan penuh energi yang dimiliki oleh karyawan ketika mereka terlibat dalam pekerjaan mereka.

Teori *Work engagement* yang dikembangkan oleh Schaufeli, Salanova, González-Romá, dan Bakker mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi *work engagement* melalui pendekatan yang berfokus pada dua konsep utama: Job Resources (Sumber Daya Pekerjaan) dan Personal Resources (Sumber Daya Pribadi). Dalam teori ini, mereka mengajukan bahwa *work engagement* adalah keadaan positif, proaktif, dan penuh energi yang dimiliki oleh karyawan ketika mereka terlibat dalam pekerjaan mereka. Berikut adalah faktor-faktor utama yang mempengaruhi *work engagement* (Schaufeli et al., 2006):

a. Job Resources (Sumber Daya Pekerjaan)

Job Resources adalah aspek pekerjaan yang membantu karyawan mengatasi tuntutan pekerjaan, mencapai tujuan, dan berkembang. Sumber daya ini sangat penting dalam meningkatkan keterlibatan kerja. Beberapa faktor yang termasuk dalam sumber daya pekerjaan adalah:

- 1) Dukungan sosial: Dukungan yang diberikan oleh rekan kerja, atasan, atau tim dapat memberikan rasa aman dan mendorong keterlibatan.
- 2) Otonomi: Kebebasan untuk menentukan bagaimana pekerjaan dilakukan, yang memungkinkan karyawan merasa memiliki kontrol atas pekerjaan mereka.

- 3) Pengakuan dan apresiasi: Pemberian umpan balik yang positif atau pengakuan atas pekerjaan yang dilakukan dapat meningkatkan rasa dihargai dan keterlibatan.
- 4) Peluang untuk berkembang: Pelatihan, pengembangan keterampilan, dan kesempatan untuk maju dalam karir membantu meningkatkan motivasi dan keterlibatan.
- 5) Kebijakan kerja yang fleksibel: Kebijakan yang memungkinkan keseimbangan antara kehidupan kerja dan pribadi juga berperan dalam meningkatkan keterlibatan.

b. Personal Resources (Sumber Daya Pribadi)

Personal Resources merujuk pada sifat atau kemampuan pribadi yang dimiliki oleh individu, yang dapat meningkatkan kemampuan mereka untuk mengatasi tantangan di tempat kerja dan memperkuat keterlibatan kerja. Beberapa sumber daya pribadi yang penting adalah:

- 1) *Self-efficacy* (Kepercayaan diri): Keyakinan bahwa seseorang dapat mengatasi tantangan pekerjaan meningkatkan keterlibatan mereka.
- 2) Optimisme: Pandangan positif terhadap pekerjaan dan masa depan membantu karyawan tetap termotivasi dan terlibat.
- 3) Resiliensi: Kemampuan untuk bangkit kembali dari kegagalan atau tantangan meningkatkan ketahanan terhadap stres dan meningkatkan keterlibatan.
- 4) Kontrol diri: Kemampuan untuk mengendalikan emosi dan perilaku pribadi mempengaruhi bagaimana karyawan beradaptasi dengan tantangan dan mengelola stres.

c. Job Demands (Tuntutan Pekerjaan)

Job Demands adalah tuntutan atau tekanan yang datang dari pekerjaan yang memerlukan upaya, energi, dan keterampilan. Meskipun job demands tinggi bisa menyebabkan kelelahan, tetapi dalam konteks teori ini, jika sumber daya yang cukup ada, tuntutan pekerjaan yang menantang bisa berfungsi sebagai pendorong untuk keterlibatan yang lebih tinggi.

Faktor-faktor yang termasuk dalam tuntutan pekerjaan adalah:

- 1) Beban kerja tinggi: Volume pekerjaan yang besar atau deadline yang ketat bisa menyebabkan stres jika tidak diimbangi dengan sumber daya yang memadai.
- 2) Konflik peran atau ambiguitas tugas: Ketidakjelasan dalam peran atau tanggung jawab pekerjaan bisa meningkatkan kebingungan dan mengurangi keterlibatan.

d. Kesejahteraan Psikologis dan Emosional

Kesejahteraan psikologis yang baik, termasuk perasaan positif tentang diri sendiri dan pekerjaan, adalah faktor penting dalam meningkatkan keterlibatan. Karyawan yang merasa bahagia dan puas dengan pekerjaan mereka lebih cenderung terlibat dalam tugas-tugas mereka.

e. Faktor Organisasional

Faktor-faktor organisasi seperti budaya perusahaan yang mendukung, kepemimpinan yang inspiratif, dan struktur organisasi yang jelas dapat mendukung keterlibatan kerja. Kepemimpinan yang transformasional dan memberikan motivasi serta inspirasi juga merupakan kunci untuk meningkatkan *work engagement*.

Berdasarkan uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa faktor yang mempengaruhi *work engagement* adalah job demands, job resources, personal resources, faktor internal dan faktor eksternal.

2.1.3 Aspek-aspek *Work engagement*

Work engagement merupakan hal positif, yang terkait dengan keadaan pikiran yang ditandai dengan semangat, dedikasi dan absorpsi (Schaufeli et al., 2002). Beberapa studi telah divalidasi secara empiris melalui kuesioner yang memang untuk mengukur keterlibatan kerja (*work engagement*), *Utrecht Work engagement Scale* (UWES) (Schaufeli & Bakker, 2004b). Seorang karyawan yang tergolong memiliki *work engagement* dengan kata lain dapat didefinisikan dengan melakukan pekerjaan pikiran yang ditandai dengan semangat, dedikasi dan penyerapan dalam menyelesaikan semua penugasannya.

Menurut Schaufeli & Bakker, terdapat tiga aspek penting yang mewakili *Work engagement*, yaitu:

1) *Vigor*

Vigor mengacu pada level energi yang tinggi dan resiliensi mental ketika bekerja, kemauan untuk menyerahkan upaya, dan persisten ketika menghadapi hambatan dalam bekerja. Aspek *vigor* juga mencerminkan kemauan untuk menginvestasikan segala upaya dalam suatu pekerjaan, dan tetap bertahan meskipun menghadapi kesulitan.

2) *Dedication*

Dedication mengacu pada perasaan penuh makna, antusias dan bangga dalam pekerjaan, dan merasa terinspirasi dan tertantang olehnya. Orang-

orang yang memiliki skor *dedication* yang tinggi secara kuat mengidentifikasi pekerjaan mereka karena menjadikannya pengalaman berharga, menginspirasi dan menantang. Sedangkan skor rendah pada *dedication* berarti tidak mengidentifikasi diri dengan pekerjaan karena mereka tidak memiliki pengalaman bermakna, menginspirasi atau menantang, terlebih lagi mereka merasa tidak antusias dan bangga terhadap pekerjaan mereka. Mengarah pada perlibatan diri yang kuat terhadap suatu pekerjaan dan merasakan keberartian (*significance*), antusiasme (*enthusiasm*), inspirasi (*inspiration*), kebanggaan (*pride*), dan tantangan (*challenge*).

3) *Absorption*

Absorption mengacu pada berkonsentrasi secara penuh dan mendalam, tenggelam dalam pekerjaan dimana waktu berlalu terasa cepat dan kesulitan memisahkan diri dari pekerjaan, sehingga melupakan segala sesuatu disekitarnya. Orang-orang yang memiliki skor tinggi pada *absorption* biasanya merasa senang perhatiannya tersita oleh pekerjaan, merasa tenggelam dalam pekerjaan dan memiliki kesulitan untuk memisahkan diri dari pekerjaan. Akibatnya apapun disekelilingnya terlupakan dan waktu terasa berlalu begitu cepat. Sebaliknya orang yang skor *absorption* yang rendah tidak merasa tertarik dan tidak tenggelam dalam pekerjaan, tidak memiliki kesulitan untuk berpisah dari pekerjaan dan mereka tidak lupa segala sesuatu disekeliling mereka, termasuk waktu.

Sedangkan menurut Kahn *work engagement* meliputi tiga aspek utama yaitu (Kahn, 1990):

1) *Physically Engage*

Physically Engage merupakan suatu bentuk keterikatan secara fisik antara karyawan dan pekerjaannya yang ditandai dengan adanya aktivitas fisik dalam bekerja. Misalnya seperti menjahit, packing, atau pekerjaan lain yang melibatkan aktivitas fisik karyawan.

2) *Emotionally Engage*

Emotionally engage merupakan suatu bentuk keterikatan secara emosional antara karyawan dan pekerjaannya yang berhubungan dengan orang lain dalam lingkungan pekerjaannya. Misalnya seperti, terjalinnya hubungan interpersonal antara sesama rekan kerja dalam suatu team.

3) *Cognitively Engage*

Cognitively engage merupakan suatu bentuk keterikatan cara kognitif antara karyawan dan pekerjaannya yang meliputi pikiran-pikiran yang berhubungan dengan pekerjaannya. Misalnya seperti, meeting dengan sesama rekan kerja atau atasan, pemecahan masalah, atau pengambilan keputusan dalam bekerja.

Berdasarkan uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa aspek-aspek dari *work engagement* terdapat dalam 2 versi yakni menurut Schaufeli dan Bakker aspek tersebut meliputi *vigor*, *dedication* dan *absorption*. Sedangkan menurut Kahn aspek tersebut meliputi *psychally engage*, *emotionally engage* dan *cognitively engage*. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan aspek-aspek yang dikemukakan oleh Schaufeli dan Bakker yaitu *vigor*, *dedication* dan *absorption*

dengan anggapan bahwa aspek-aspek tersebut merupakan aspek yang menyeluruh dan digunakan oleh peneliti-peneliti sebelumnya.

2.1.4 Ciri-ciri *Work engagement*

Menurut Schaufeli, Salanova, González-Romá, dan Bakker (2002), *work engagement* ditandai oleh tiga dimensi utama yaitu *vigor*, *dedication*, dan *absorption*. *Vigor* merujuk pada adanya energi dan semangat yang tinggi dalam bekerja, *dedication* mencerminkan antusiasme, rasa bangga, dan keterikatan emosional terhadap pekerjaan, sedangkan *absorption* menggambarkan keadaan ketika individu begitu tenggelam dalam pekerjaannya sehingga sulit melepaskan diri.

Saks (2006) menambahkan bahwa ciri *work engagement* dapat dilihat dari antusiasme individu terhadap pekerjaannya, inisiatif dalam melaksanakan tugas, serta rasa memiliki terhadap organisasi. Sementara itu, Federman (2009) menekankan bahwa individu yang engaged memiliki motivasi internal yang kuat, menunjukkan semangat positif dalam bekerja, berorientasi pada hasil dan kualitas, serta mampu menjalin hubungan interpersonal yang baik di tempat kerja. Secara umum, *work engagement* tercermin dari adanya energi dan semangat tinggi, antusiasme serta kebanggaan terhadap pekerjaan, fokus penuh dalam menyelesaikan tugas, disertai motivasi internal, inisiatif, dan rasa memiliki terhadap pekerjaan maupun organisasi.

Berdasarkan uraian diatas, ciri-ciri *work engagement* mencakup adanya energi dan semangat tinggi, antusiasme serta rasa bangga terhadap pekerjaan, dan fokus penuh ketika bekerja. Selain itu, *work engagement* juga ditandai dengan

motivasi internal yang kuat, inisiatif dalam menyelesaikan tugas, serta rasa memiliki terhadap pekerjaan maupun organisasi.

2.2. *Self-efficacy*

2.2.1 *Pengertian Self-efficacy*

Self-efficacy menurut Albert Bandura adalah keyakinan seseorang terhadap kemampuannya untuk mengatur dan melaksanakan tindakan yang diperlukan untuk mencapai tujuan tertentu. Bandura menekankan bahwa *self-efficacy* bukan sekadar tentang kemampuan yang dimiliki, tetapi tentang persepsi individu terhadap kemampuannya untuk menggunakan kemampuan tersebut dalam situasi tertentu. Konsep ini memainkan peran penting dalam memengaruhi bagaimana seseorang berpikir, merasa, dan bertindak (Bandura, 1997).

Menurut Ralf Schwarzer, *self-efficacy* adalah keyakinan individu terhadap kemampuan mereka untuk memotivasi diri sendiri, mengambil tindakan yang diperlukan, dan berhasil dalam mengatasi berbagai tuntutan atau tantangan di masa depan. Schwarzer menekankan bahwa *self-efficacy* memainkan peran penting dalam pengaturan diri (*self-regulation*) dan perilaku proaktif. Schwarzer menjelaskan bahwa *self-efficacy* tidak hanya tentang kepercayaan pada kemampuan individu secara umum, tetapi juga spesifik pada situasi tertentu. Selain itu, *self-efficacy* berfungsi sebagai mekanisme yang memengaruhi cara seseorang mengatasi stres, mengambil keputusan, dan mencapai tujuan hidup (Schwarzer, 1992).

Menurut Arnold Bakker, *self-efficacy* adalah salah satu elemen penting dalam teori pekerjaan dan sumber daya pribadi (*Job Demands-Resources Model*,

JD-R). *Self-efficacy* didefinisikan sebagai keyakinan seseorang terhadap kemampuan mereka untuk mengatasi tantangan pekerjaan, mencapai tujuan, dan memenuhi tuntutan pekerjaan secara efektif. Bakker menekankan bahwa *self-efficacy* termasuk dalam *personal resources* yang membantu individu menghadapi tekanan pekerjaan dan meningkatkan kinerja.

Arnold Bakker menjelaskan bahwa *self-efficacy* tidak hanya mendukung kinerja, tetapi juga membantu individu tetap termotivasi, lebih resisten terhadap stres, dan lebih optimis dalam menghadapi situasi sulit. Individu dengan tingkat *self-efficacy* yang tinggi cenderung mengambil pendekatan proaktif terhadap pekerjaan mereka dan lebih mungkin mencapai keseimbangan kerja dan kehidupan pribadi (Bakker & Demerouti, 2008).

Menurut Dale H. Schunk, *self-efficacy* adalah keyakinan individu terhadap kemampuan mereka untuk mengorganisasi dan melaksanakan tindakan yang diperlukan untuk mencapai hasil tertentu. Schunk menekankan bahwa *self-efficacy* adalah faktor kognitif yang sangat penting dalam proses belajar dan motivasi, karena memengaruhi cara individu mendekati tugas, usaha yang dilakukan, dan ketekunan mereka dalam menghadapi kesulitan (Schunk, 1991).

Menurut Schunk & Pajares, *self-efficacy* adalah keyakinan individu terhadap kemampuannya dalam mengorganisir dan melaksanakan tindakan yang diperlukan untuk mencapai hasil tertentu. *Self-efficacy* mempengaruhi bagaimana seseorang berpikir, merasa, dan berperilaku dalam menghadapi tantangan serta menentukan tingkat usaha dan ketekunan mereka dalam mencapai tujuan (Schunk & Pajares, 2009).

Self-efficacy merujuk pada persepsi individu tentang kemampuan mereka untuk belajar atau melakukan tindakan pada tingkat tertentu. Ini adalah konstruk motivasional yang mempengaruhi pilihan, usaha, ketahanan, dan pencapaian individu. Individu dengan *self-efficacy* yang tinggi cenderung memilih untuk terlibat dalam aktivitas yang menantang, mengeluarkan usaha yang lebih besar, bertahan lebih lama dalam menghadapi kesulitan, dan mencapai hasil yang lebih baik dibandingkan dengan individu yang memiliki *self-efficacy* rendah. *Self-efficacy* tidak muncul begitu saja, melainkan dipengaruhi oleh beberapa sumber informasi, termasuk pengalaman *mastery*, yang merupakan keberhasilan dalam tugas sebelumnya yang meningkatkan keyakinan diri; pengalaman vicarious, yaitu mengamati orang lain yang berhasil, yang dapat meningkatkan keyakinan bahwa mereka juga dapat berhasil; persuasi sosial, yang mencakup umpan balik positif dari orang lain yang mendorong individu untuk percaya pada kemampuan mereka; serta indeks fisiologis, yang meliputi reaksi fisik dan emosional yang dialami individu dalam situasi tertentu, seperti rasa tenang atau cemas (Schunk & DiBenedetto, 2021).

Menurut Barry J. Zimmerman, *self-efficacy* adalah keyakinan individu terhadap kemampuannya untuk mengorganisasi dan melaksanakan tindakan yang diperlukan untuk mencapai tujuan, khususnya dalam konteks pembelajaran dan pengaturan diri. Zimmerman menekankan bahwa *self-efficacy* merupakan inti dari *self-regulated learning* (pembelajaran yang diatur diri sendiri), di mana individu secara aktif memantau, mengontrol, dan mengevaluasi proses belajarnya (B. J. Zimmerman, 2000).

Berdasarkan uraian di atas *Self-efficacy* adalah keyakinan individu terhadap kemampuan mereka untuk mengorganisasi dan melaksanakan tindakan yang diperlukan guna mencapai tujuan tertentu. Tingkat *self-efficacy* yang tinggi dapat membantu seseorang untuk tetap termotivasi, bertahan dalam menghadapi kesulitan, dan mencapai keberhasilan.

2.2.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi *Self-efficacy*

Menurut Albert Bandura, *self-efficacy* adalah keyakinan seseorang terhadap kemampuan dirinya untuk mengorganisasi dan melaksanakan tindakan yang diperlukan guna mencapai tujuan tertentu. Bandura mengidentifikasi empat faktor utama yang memengaruhi *self-efficacy* (Bandura, 1997):

1) Pengalaman Keberhasilan (*Mastery Experiences*)

Pengalaman langsung dari keberhasilan atau kegagalan merupakan faktor yang paling berpengaruh terhadap *self-efficacy*. Ketika seseorang berhasil menyelesaikan tugas atau tantangan, kepercayaan dirinya meningkat. Sebaliknya, kegagalan berulang dapat menurunkan *self-efficacy*.

2) Pengalaman Vikarius (*Vicarious Experiences*)

Observasi terhadap keberhasilan atau kegagalan orang lain juga memengaruhi *self-efficacy*. Jika seseorang melihat orang lain yang mirip dengannya berhasil menyelesaikan tugas tertentu, ia lebih mungkin merasa bahwa dirinya juga mampu melakukannya.

3) Persuasi Verbal (*Verbal Persuasion*)

Kata-kata dukungan atau motivasi dari orang lain, seperti guru, teman, atau keluarga, dapat memperkuat keyakinan seseorang terhadap

kemampuannya. Namun, efek ini cenderung kurang kuat dibandingkan pengalaman langsung.

4) Keadaan Fisiologis dan Emosional (*Physiological and Emotional States*)

Kondisi fisik dan emosi seseorang, seperti stres, kecemasan, atau kebahagiaan, memengaruhi persepsi *self-efficacy*. Misalnya, tingkat stres yang tinggi dapat mengurangi keyakinan seseorang terhadap kemampuannya.

Menurut Arnold Bakker, *self-efficacy* dianggap sebagai personal resource dalam kerangka *Job Demands-Resources (JD-R)* Model. Meskipun Bakker tidak secara eksplisit membuat teori tentang *self-efficacy* seperti Bandura, ia menekankan faktor-faktor yang memengaruhi dan mendukung pengembangan *self-efficacy* dalam konteks pekerjaan. Berikut adalah faktor-faktor yang memengaruhi *self-efficacy* menurut Bakker (Bakker et al., 2008):

1) Sumber Daya Kerja (*Job Resources*)

Bakker menunjukkan bahwa sumber daya kerja, seperti dukungan sosial, umpan balik positif, pelatihan, otonomi, dan peluang pengembangan, berperan penting dalam meningkatkan *self-efficacy*. Ketika karyawan memiliki akses ke sumber daya ini, mereka merasa lebih mampu menghadapi tantangan pekerjaan.

2) Pengalaman Keberhasilan (*Mastery Experiences*)

Mirip dengan Bandura, Bakker juga mengakui pentingnya pengalaman keberhasilan dalam pekerjaan. Ketika karyawan menyelesaikan tugas-tugas sulit dengan baik, mereka akan merasa lebih percaya diri terhadap kemampuan mereka untuk menangani tantangan serupa di masa depan.

3) Lingkungan Kerja Positif (*Supportive Work Environment*)

Lingkungan kerja yang positif, seperti adanya dukungan dari kolega dan atasan, membantu memperkuat keyakinan individu terhadap kemampuannya. Lingkungan ini menciptakan rasa aman dan motivasi untuk mencoba hal baru, sehingga meningkatkan *self-efficacy*.

4) Keterlibatan Emosional dan Motivasi Intrinsik

Bakker berpendapat bahwa keterlibatan kerja (*work engagement*), yang dipengaruhi oleh motivasi intrinsik dan emosional, meningkatkan *self-efficacy*. Ketika individu merasa bersemangat, berenergi, dan termotivasi secara intrinsik, mereka lebih yakin terhadap kemampuan mereka untuk mencapai tujuan.

5) Personalisasi dan Fleksibilitas Kerja

Pekerjaan yang memberikan fleksibilitas dan ruang untuk personalisasi cenderung mendukung pengembangan *self-efficacy*. Ketika karyawan merasa bahwa pekerjaan mereka sesuai dengan keahlian dan nilai mereka, mereka lebih percaya diri dalam menyelesaikan tugas.

Faktor-faktor yang memengaruhi *self-efficacy* menurut Bakker terkait erat dengan bagaimana individu memanfaatkan sumber daya pekerjaan, dukungan lingkungan, pengalaman kerja, dan motivasi intrinsik. *Self-efficacy* tidak hanya dipengaruhi oleh kemampuan individu, tetapi juga oleh konteks kerja yang mendukung.

Menurut Barry J. Zimmerman, *self-efficacy* berperan penting dalam proses pembelajaran dan pencapaian tujuan. Zimmerman menekankan bahwa *self-efficacy* adalah faktor yang dapat mempengaruhi cara individu menetapkan tujuan,

merencanakan strategi, dan mengatasi hambatan dalam mencapai tujuan tersebut. Zimmerman mengidentifikasi beberapa faktor yang mempengaruhi *self-efficacy*, yang antara lain adalah (B. Zimmerman, 1990):

1) Pengalaman Keberhasilan (*Mastery Experiences*)

Pengalaman langsung yang berhasil atau berhasil mengatasi tantangan merupakan faktor paling kuat dalam meningkatkan *self-efficacy*. Ketika individu berhasil mencapai tujuan atau tugas yang sulit, kepercayaan dirinya terhadap kemampuan dirinya akan meningkat. Pengalaman ini memperkuat keyakinan bahwa mereka bisa mengatasi tantangan serupa di masa depan.

2) Pengalaman Vikarius (*Vicarious Experiences*)

Mengamati orang lain yang berhasil melakukan tugas yang serupa dapat mempengaruhi *self-efficacy*. Zimmerman menekankan bahwa ketika individu melihat orang lain yang mereka anggap mirip dengan diri mereka mampu sukses, mereka akan lebih percaya bahwa mereka juga mampu melakukannya. Ini disebut dengan pengaruh model peran atau role models.

3) Persuasi Sosial (*Social Persuasion*)

Persuasi verbal dari orang lain, seperti guru, teman, atau mentor, dapat membantu membangun atau meningkatkan *self-efficacy* seseorang. Umpan balik yang positif dan dukungan sosial dapat memperkuat keyakinan diri individu. Sebaliknya, kritik yang tidak konstruktif atau pesimisme dapat merusak *self-efficacy*.

4) Keadaan Fisiologis dan Emosional (*Physiological and Emotional States*)

Keadaan fisik dan emosional seseorang mempengaruhi persepsi *self-efficacy* mereka. Misalnya, rasa cemas, stres, atau kelelahan dapat mengurangi keyakinan diri dalam menghadapi tugas. Sebaliknya, perasaan tenang dan penuh energi akan mendukung peningkatan *self-efficacy*. Zimmerman menekankan pentingnya pengelolaan emosi dan stres untuk meningkatkan kepercayaan diri dalam mengerjakan tugas.

5) Tujuan dan Perencanaan (*Goal Setting and Planning*)

Zimmerman berpendapat bahwa menetapkan tujuan yang jelas dan terukur serta merencanakan cara untuk mencapainya dapat meningkatkan *self-efficacy*. Ketika individu merasa bahwa mereka memiliki kontrol atas proses pencapaian tujuan dan tahu langkah-langkah yang perlu diambil, kepercayaan diri mereka terhadap kemampuan untuk sukses akan meningkat.

6) Refleksi Diri (*Self-reflection*)

Proses refleksi diri setelah suatu kegiatan atau tugas membantu individu mengevaluasi pencapaian mereka dan memperbaiki strategi mereka. Evaluasi diri yang positif, seperti menyadari bahwa usaha dan strategi yang digunakan telah membawa hasil yang baik, dapat meningkatkan *self-efficacy*.

Self-efficacy menurut Zimmerman dipengaruhi oleh pengalaman langsung, pengamatan terhadap orang lain, umpan balik sosial, kondisi emosional, perencanaan yang baik, dan refleksi diri. Faktor-faktor ini berinteraksi untuk membentuk keyakinan individu terhadap kemampuan mereka dalam mencapai tujuan.

Berdasarkan uraian di atas *self-efficacy*, atau keyakinan individu terhadap kemampuan diri untuk mencapai tujuan, dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling terkait. Albert Bandura mengidentifikasi empat faktor utama yang memengaruhi *self-efficacy*, yaitu pengalaman keberhasilan, pengalaman vikarius, persuasi verbal, dan keadaan fisiologis serta emosional. Arnold Bakker menambahkan perspektif dalam konteks pekerjaan, menekankan pentingnya sumber daya kerja, lingkungan kerja yang positif, keterlibatan emosional, dan fleksibilitas kerja dalam meningkatkan *self-efficacy*. Barry J. Zimmerman juga menyoroti peran *self-efficacy* dalam proses pembelajaran, dengan menekankan pengalaman keberhasilan, pengamatan terhadap orang lain, persuasi sosial, keadaan emosional, perencanaan, dan refleksi diri sebagai faktor yang memengaruhi keyakinan individu..

2.2.3 Aspek-aspek *Self-efficacy*

Albert Bandura mengemukakan bahwa *self-efficacy*, atau keyakinan individu terhadap kemampuannya untuk melakukan tindakan yang diperlukan untuk mencapai tujuan tertentu, terdiri dari beberapa aspek penting. Berikut adalah aspek-aspek *self-efficacy* menurut Bandura (Bandura, 1997):

1) *Magnitude/Level* (Tingkat Kesulitan)

Terkait dengan tingkat kesulitan tugas. Pada tugas yang mudah dan sederhana, *self-efficacy* seseorang akan tinggi, sedangkan pada tugastugas yang rumit dan membutuhkan kompetensi yang tinggi, *self-efficacy* akan rendah. Seseorang dengan *self-efficacy* yang tinggi cenderung memilih tugas yang tingkat kesulitannya sesuai dengan kemampuannya

2) *Generality* (Luas Bidang Perilaku)

Berkaitan dengan penguasaan seseorang terhadap bidang atau tugas pekerjaan. Seseorang dapat menyatakan dirinya memiliki *self-efficacy* pada aktivitas yang luas, atau terbatas pada aktivitas tertentu saja. Seseorang dengan *self-efficacy* yang tinggi akan mampu menguasai beberapa bidang sekaligus untuk menyelesaikan suatu tugas, sedangkan seseorang dengan *self-efficacy* yang rendah hanya menguasai sedikit bidang yang diperlukan dalam menyelesaikan suatu tugas.

3) *Strength* (Kekuatan)

Ini lebih menekankan pada tingkat kekuatan atau kemantapan seseorang terhadap keyakinannya. *Self-efficacy* menunjukkan bahwa tindakan yang dilakukan akan memberikan hasil sesuai dengan yang diharapkan seseorang. *Self-efficacy* menjadi dasar untuk melakukan usaha yang keras, bahkan ketika menemui hambatan sekalipun.

Adapun aspek-aspek *self-efficacy* menurut Bekker mencakup beberapa dimensi yang berkontribusi pada pemahaman tentang bagaimana individu menilai kemampuan mereka untuk mencapai tujuan tertentu. Meskipun tidak sepopuler teori Bandura, Bekker memberikan kontribusi penting dalam memahami *self-efficacy* dalam konteks yang lebih luas. Berikut adalah beberapa aspek yang diidentifikasi oleh Bekker (Bekker, 2005):

- 1) *Cognitive Aspects* (Aspek Kognitif): Ini mencakup keyakinan individu tentang kemampuan mereka untuk memecahkan masalah dan membuat keputusan yang efektif. Individu dengan *self-efficacy* yang tinggi cenderung memiliki pemikiran positif dan optimis tentang kemampuan mereka.

- 2) *Emotional Aspects* (Aspek Emosional): Keyakinan terhadap kemampuan diri juga mempengaruhi keadaan emosional. Individu yang percaya pada kemampuan mereka cenderung mengalami emosi positif dan lebih mampu mengatasi stres.
- 3) *Behavioral Aspects* (Aspek Perilaku): *Self-efficacy* mempengaruhi tindakan individu. Mereka yang memiliki *self-efficacy* tinggi lebih cenderung mengambil inisiatif dan berusaha lebih keras untuk mencapai tujuan mereka.
- 4) *Social Aspects* (Aspek Sosial): Interaksi sosial dan dukungan dari orang lain dapat mempengaruhi *self-efficacy*. Dukungan sosial yang positif dapat meningkatkan keyakinan individu terhadap kemampuan mereka.

Schwarzer dkk mengembangkan skala *self-efficacy* yang dikenal sebagai *Generalized Self-efficacy Scale (GSES)*. Dalam konteks ini, mereka mengidentifikasi beberapa aspek penting dari *self-efficacy* yang dapat mempengaruhi perilaku dan kinerja individu. Berikut adalah aspek-aspek *self-efficacy* menurut Schwarzer dan Jerusalem (Schwarzer et al., 1995):

- 1) Kemampuan Mengatasi Masalah (*Problem-Solving Ability*)

Individu yang memiliki *self-efficacy* tinggi percaya bahwa mereka mampu mengatasi tantangan dan mencapai tujuan yang diinginkan. Keyakinan ini mempengaruhi cara mereka menghadapi situasi sulit.

- 2) Kemampuan Menyesuaikan Diri (*Adaptability/Flexibility*)

Self-efficacy berperan dalam pengaturan tujuan. Individu yang percaya pada kemampuan mereka cenderung menetapkan tujuan yang lebih tinggi dan berusaha lebih keras untuk mencapainya.

3) Ketahanan terhadap Hambatan (*Resilience to Adversity*)

Individu dengan *self-efficacy* tinggi lebih mampu bangkit dari kegagalan dan melihatnya sebagai kesempatan untuk belajar, bukan sebagai akhir dari usaha mereka.

4) Inisiatif dan Motivasi Diri (*Initiative and Self-Motivation*)

Self-efficacy berhubungan erat dengan motivasi. Individu yang percaya pada kemampuan mereka lebih termotivasi untuk mengambil tindakan dan bertahan dalam menghadapi rintangan.

5) Kendali Diri dalam Situasi Sulit (*Self-Control in Difficult Situations*)

Keyakinan terhadap kemampuan diri juga mempengaruhi keadaan emosional. Individu dengan *self-efficacy* tinggi cenderung mengalami emosi positif dan lebih mampu mengelola stres.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa *self-efficacy* adalah konsep yang kompleks dan multidimensional, yang mencakup keyakinan individu terhadap kemampuan mereka untuk mencapai tujuan dan mengatasi tantangan. Schwarzer dan Jerusalem mengidentifikasi aspek-aspek *self-efficacy*, yaitu Kemampuan Mengatasi Masalah (*Problem-Solving Ability*), Ketahanan terhadap Hambatan (*Resilience to Adversity*), Kemampuan Menyesuaikan Diri (*Adaptability/Flexibility*), Inisiatif dan Motivasi Diri (*Initiative and Self-Motivation*), dan Kendali Diri dalam Situasi Sulit (*Self-Control in Difficult Situations*). Aspek-aspek ini menggambarkan bagaimana individu menilai kemampuan mereka dalam menghadapi tantangan dan memilih tugas yang sesuai dengan kompetensi mereka.

2.2.4 Ciri-ciri *Self-efficacy*

Menurut Bandura (1997), ciri-ciri *self-efficacy* tampak dari keyakinan individu terhadap kemampuannya, keberanian menghadapi tantangan, ketahanan dalam menghadapi kegagalan, kemampuan mengatur emosi, serta motivasi internal untuk mencapai tujuan. Schunk dan Pajares (2002) menekankan bahwa *self-efficacy* tercermin dari kepercayaan bahwa usaha akan membuahkan hasil, kemampuan menyusun strategi, ketekunan saat menghadapi kesulitan, serta rasa tanggung jawab terhadap pencapaian diri. Sementara itu, Gist dan Mitchell (1992) menyatakan bahwa individu dengan *self-efficacy* tinggi memiliki evaluasi diri yang realistis, kesiapan menghadapi tantangan, optimisme terhadap keberhasilan, dan reaksi positif terhadap kegagalan.

Berdasarkan uraian di atas *self-efficacy* ditandai oleh keyakinan pada kemampuan diri, ketekunan dan ketahanan menghadapi hambatan, kemampuan mengelola emosi, optimisme terhadap hasil, serta kecenderungan memilih tantangan.

2.3. Hubungan *Self-efficacy* dengan *Work engagement*

Self-efficacy dan *work engagement* memiliki hubungan yang erat dalam konteks psikologi organisasi. Menurut Bandura (1997), *Self-efficacy* adalah keyakinan individu terhadap kemampuannya untuk menyelesaikan tugas-tugas spesifik dengan sukses. Sementara itu, *work engagement* adalah kondisi psikologis positif yang ditandai dengan semangat, dedikasi, dan keterlibatan dalam pekerjaan (Schaufeli et al., 2002). Kedua konsep ini saling memengaruhi,

di mana *self-efficacy* yang tinggi seringkali menjadi faktor utama dalam meningkatkan *work engagement* karyawan.

Menurut Bandura (1997), Individu dengan tingkat *self-efficacy* yang tinggi cenderung memiliki pandangan positif terhadap kemampuannya dalam menyelesaikan pekerjaan. Mereka lebih percaya diri menghadapi tantangan, memiliki motivasi yang lebih besar, dan lebih gigih dalam mengatasi hambatan di tempat kerja (Stajkovic & Luthans, 1998). Keyakinan diri ini memicu semangat (*vigor*), keterlibatan (*dedication*), dan perasaan menyatu dalam pekerjaan (*absorption*), yang merupakan dimensi utama dari *work engagement* (Schaufeli et al., 2002). Sebaliknya, individu dengan *self-efficacy* yang rendah cenderung mudah merasa cemas, kehilangan motivasi, dan kurang terlibat dalam pekerjaan mereka (Xanthopoulou et al., 2007).

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa *self-efficacy* merupakan prediktor penting dari *work engagement*. Misalnya, sebuah studi oleh Bakker dan Albrecht menemukan bahwa *self-efficacy* berkontribusi secara signifikan terhadap peningkatan *work engagement* melalui mekanisme peningkatan motivasi intrinsik. Penelitian ini menunjukkan bahwa karyawan yang percaya diri dengan kemampuan mereka lebih mungkin untuk merasa antusias dalam menjalankan tugas-tugas kerja, yang pada akhirnya meningkatkan keterlibatan mereka secara keseluruhan (Bakker & Albrecht, 2018).

Lebih lanjut, penelitian oleh Xanthopoulou menunjukkan bahwa *self-efficacy* dapat meningkatkan *work engagement* melalui peran mediasi sumber daya pribadi (*personal resources*). Studi ini menyoroti bahwa karyawan dengan

self-efficacy yang tinggi lebih mampu mengelola stres dan tekanan kerja, sehingga mereka dapat tetap fokus dan bersemangat dalam pekerjaan. Hal ini menunjukkan pentingnya pengembangan *self-efficacy* dalam program pelatihan karyawan (Xanthopoulou et al., 2019).

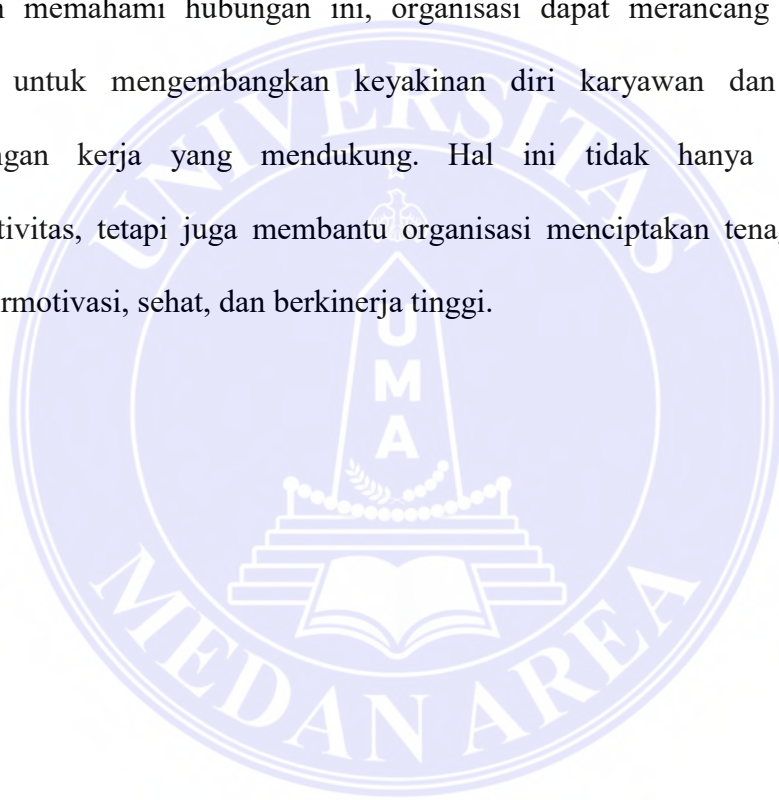
Dalam konteks organisasi, peningkatan *self-efficacy* dapat dilakukan melalui berbagai strategi, seperti memberikan pelatihan berbasis keterampilan, umpan balik positif, dan pemberian kesempatan untuk sukses. Penelitian oleh Luthans menyoroti bahwa intervensi berbasis *positive psychological capital* (PsyCap), termasuk penguatan *self-efficacy*, secara signifikan dapat meningkatkan *work engagement*. Dengan demikian, organisasi yang berinvestasi dalam pengembangan *self-efficacy* karyawan akan mendapatkan manfaat berupa keterlibatan kerja yang lebih tinggi (Luthans et al., 2006).

Penelitian yang dilakukan Diah Sofiaha dan Gregorius Kurniawan pada sekelompok karyawan yang bekerja di Rumah Sakit St. Vincentius a Paulo menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara *self-efficacy* dan *employee work engagement*, dimana semakin tinggi *self-efficacy* karyawan, semakin tinggi pula tingkat *employee work engagement* mereka, dan sebaliknya, semakin rendah *self-efficacy*, semakin rendah pula *work engagement* (Sofiah & Kurniawan, 2019).

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan Diag Sofiaha dan Gregorius Kurniawan, penelitian yang di lakukan Kurnia Adi Mardiana dan Sutarto Wijowo juga mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat *self-efficacy* karyawan, semakin tinggi pula tingkat *work engagement* yang dimiliki. *Self-efficacy* berperan

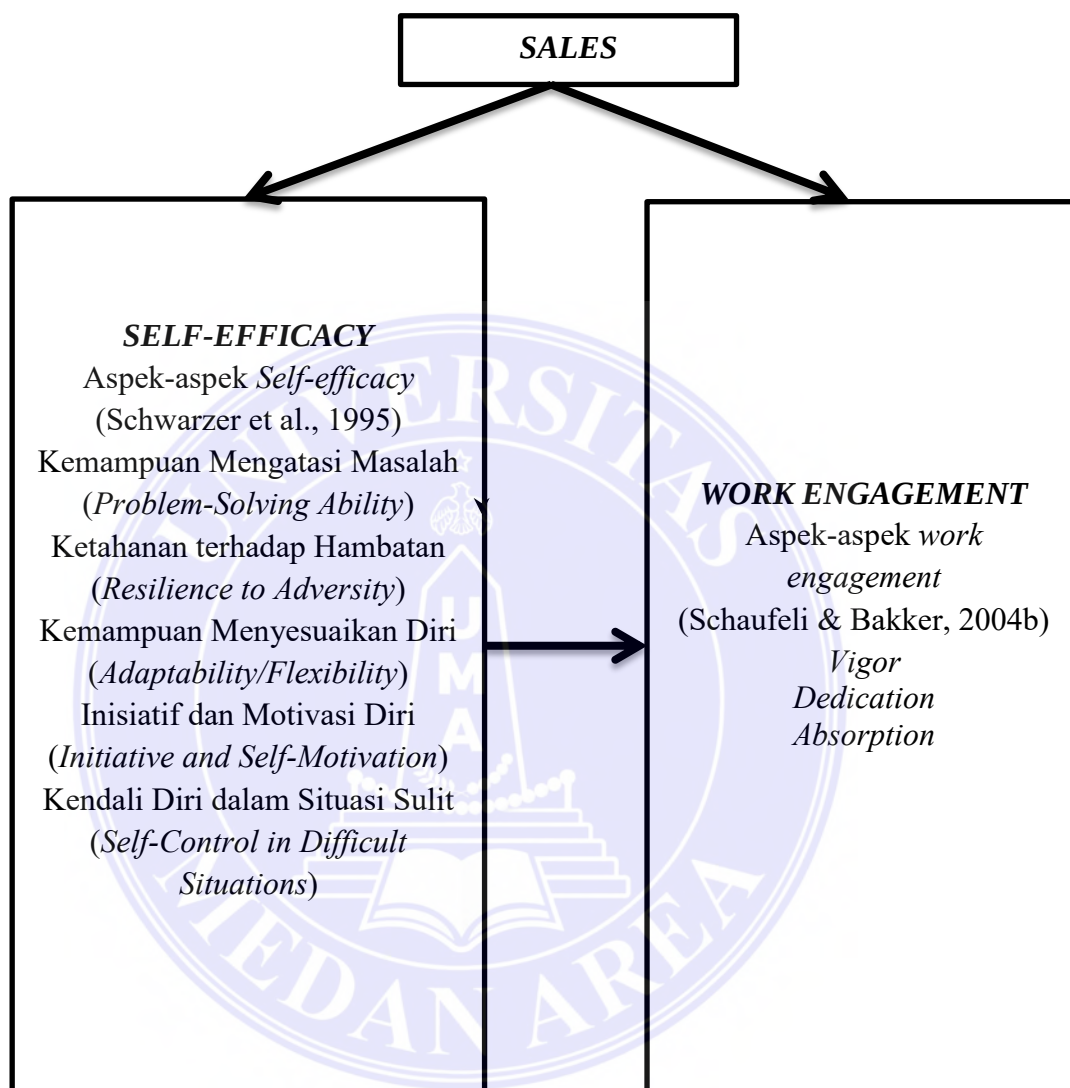
penting dalam meningkatkan *work engagement* karyawan, di mana karyawan yang memiliki keyakinan tinggi terhadap kemampuan diri mereka cenderung lebih terlibat dan bersemangat dalam pekerjaan mereka (Mardiana & Wijono, 2023).

Secara keseluruhan, penelitian-penelitian tersebut menegaskan bahwa *self-efficacy* adalah salah satu faktor kunci dalam meningkatkan *work engagement*. Dengan memahami hubungan ini, organisasi dapat merancang strategi yang efektif untuk mengembangkan keyakinan diri karyawan dan menciptakan lingkungan kerja yang mendukung. Hal ini tidak hanya meningkatkan produktivitas, tetapi juga membantu organisasi menciptakan tenaga kerja yang lebih termotivasi, sehat, dan berkinerja tinggi.



2.4. Kerangka Konseptual

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. SHINARI PUTRA KENCANA yang beralamatkan di Jl. Kol. Yos Sudarso No. 5 Kel. Besar, Kec. Medan Labuhan Kota Medan, Sumatera Utara, 20251 Indonesia. Adapun estimasi waktu pelaksanaan penelitian 1 bulan.

3.2. Bahan dan Alat

Dalam penelitian ini, bahan yang digunakan berupa skala psikologis yang terdiri dari skala *self-efficacy* (GSES) dan skala *work engagement* (UWES). Alat penelitian yang digunakan adalah kuesioner yang didistribusikan kepada responden melalui aplikasi daring ataupun luring.

Skala *self-efficacy* (GSES) digunakan untuk mengukur tingkat keyakinan seseorang terhadap kemampuannya untuk mengatur dan melaksanakan tindakan yang diperlukan untuk mencapai tujuan tertentu.

Skala *work engagement* (UWES) digunakan untuk mengukur kondisi mental di mana seseorang yang melakukan aktivitas kerja benar-benar tenggelam dalam aktivitas tersebut, merasa penuh energi dan antusias terhadap pekerjaan tersebut.

3.3. Metode Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan metode survei dengan jenis kuantitatif korelasional. Menurut Azwar metode survei dengan jenis

kuantitatif korelasional bertujuan untuk meneliti hubungan antara dua atau lebih variabel tanpa melakukan manipulasi terhadap variabel tersebut. Pendekatan ini bersifat kuantitatif, di mana data yang diperoleh berbentuk angka dan dianalisis secara statistik. Penelitian korelasional tidak bertujuan untuk mencari hubungan sebab-akibat, melainkan hanya melihat ada atau tidaknya hubungan antarvariabel serta menentukan arah dan kekuatannya. Data dalam penelitian ini biasanya dikumpulkan melalui metode survei menggunakan kuesioner atau skala psikologis yang diberikan kepada responden yang dipilih dengan teknik sampling tertentu. Hasil analisis korelasional umumnya disajikan dalam bentuk koefisien korelasi, seperti Pearson Product Moment untuk data yang berdistribusi normal atau Spearman Rank untuk data yang tidak berdistribusi normal (Azwar, 2012a).

3.4. Identifikasi Variabel Penelitian

Identifikasi variabel dalam penelitian merupakan langkah penting yang dapat menentukan arah dan fokus penelitian. Variabel dalam penelitian dibagi menjadi beberapa jenis berdasarkan peran dan pengaruhnya. Variabel independen (X) adalah faktor yang dimanipulasi atau dikendalikan oleh peneliti untuk melihat pengaruhnya terhadap variabel lain. Variabel dependen (Y) adalah variabel yang diukur sebagai akibat dari perubahan variabel independen (Azwar, 1999).

1. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen, merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel independen.

Variabel dependen (Y) pada penelitian ini adalah *Work Engagement*.

2. Variabel Independen (X)

Variabel independen, merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependent. Variabel independen (X) pada penelitian ini adalah *Self-Efficacy*.

3.5. Definisi Oprasional

Defenisi operasional dari variabel-variabel yang akan diteliti adalah:

1. *Self-Efficacy*

Self-efficacy adalah keyakinan atau kepercayaan seseorang terhadap kemampuan dirinya untuk menyelesaikan tugas atau mengatasi tantangan tertentu. *self-efficacy* diukur menggunakan *Generalized Self-efficacy Scale* (GSES) yang disusun berdasarkan aspek-aspek dari *self-efficacy* yaitu, kemampuan Mengatasi Masalah (*Problem-Solving Ability*), ketahanan terhadap Hambatan (*Resilience to Adversity*), Kemampuan Menyesuaikan Diri (*Adaptability/Flexibility*), inisiatif dan Motivasi Diri (*Initiative and Self-Motivation*), kendali Diri dalam Situasi Sulit (*Self-Control in Difficult Situations*). Untuk mengetahui tinggi rendahkan *self-efficacy*, diukur menggunakan skor pada skala *self-efficacy*. Dengan asumsi, semakin tinggi skor pada skala *self-efficacy* maka *self-efficacy* semakin tinggi. Sebaliknya semakin rendah skor pada skala *self-efficacy* maka semakin rendah *self-efficacy* (Azwar, 2012a).

2. *Work Engagement*

Work engagement adalah tingkat keterlibatan, antusiasme, dan komitmen seseorang terhadap pekerjaannya. *Work engagement* diukur menggunakan *Utrecht Work engagement Scale (UWES)* yang disusun berdasarkan aspek-aspek dari *work engagement* oleh Schaufeli & Bakker yaitu, *Vigor, Dedication, Absorption*. Untuk mengetahui tinggi rendahkan *Work engagement*, diukur menggunakan skor pada skala *Work engagement*. Dengan asumsi, semakin tinggi skor pada skala *Work engagement* maka *Work engagement* semakin tinggi. Sebaliknya semakin rendah skor pada skala *Work engagement* maka semakin rendah *Work engagement* (Azwar, 2012a).

3.6. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

3.6.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013). Populasi yang menjadi bagian penelitian ini adalah *sales marketing* otomotif yang berdomisili di kota Medan. Jumlah total anggota populasi tidak diketahui oleh peneliti dikarenakan keterbatasan sumberdaya.

3.6.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan

waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili) (Sugiyono, 2013). Adapun jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu kurang lebih 226 sampel.

3.6.3 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel adalah metode yang digunakan untuk memilih sebagian elemen atau unit dari populasi yang akan diteliti, dengan tujuan untuk menggambarkan karakteristik atau sifat populasi secara keseluruhan. Teknik pengambilan sampel dapat dibagi menjadi dua kategori utama, yaitu probabilitas dan non-probabilitas. Pada teknik probabilitas, setiap elemen dalam populasi memiliki peluang yang diketahui dan sama untuk dipilih menjadi sampel. Pemilihan teknik pengambilan sampel yang tepat bergantung pada tujuan penelitian, karakteristik populasi, dan sumber daya yang tersedia (Azwar, 2013a).

Adapun teknik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan teknik *accidental sampling*. *Accidental sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang dilakukan secara kebetulan, di mana individu yang ditemui oleh peneliti dan bersedia menjadi responden akan dijadikan sampel, tanpa adanya perencanaan atau kriteria tertentu (Azwar, 2012a).

Accidental sampling memiliki beberapa kelebihan dalam penggunaannya sebagai teknik pengambilan sampel. Kelebihan utama dari *accidental sampling* adalah kemudahannya dalam pelaksanaan, karena peneliti

dapat mengumpulkan data secara cepat tanpa harus menyusun daftar sampel atau melakukan prosedur pemilihan yang kompleks (Azwar, 2012a). Selain itu, teknik ini lebih hemat biaya dan sumber daya karena responden dipilih berdasarkan ketersediaan mereka, sehingga sangat cocok digunakan dalam penelitian eksploratif yang bertujuan mendapatkan gambaran awal sebelum studi lebih mendalam (Sugiyono, 2017). Fleksibilitas dalam pengambilan data juga menjadi keuntungan, karena peneliti dapat menyesuaikan waktu dan lokasi penelitian dengan kondisi yang ada.

3.7. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan kuisisioner untuk mendapatkan data untuk dianalisis. Kuisisioner adalah daftar pertanyaan tertulis yang diberikan kepada para siswa untuk dijawab dengan cara tertulis. Kuisisioner digunakan untuk mengumpulkan data tentang sikap, perilaku, atau pandangan responden terhadap suatu topik. Data dalam penelitian ini diperoleh melalui skala. Skala psikologi adalah alat ukur yang mengukur aspek atau atribut psikologis melalui indikator-indikator perilaku yang diterjemahkan dalam item-item pertanyaan atau pernyataan (Azwar, 2018).

Adapun skala yang digunakan pada penelitian ini yaitu:

1. *Generalized Self-efficacy Scale (GSES)*

General Self-Efficacy Scale (GSES) merupakan instrumen pengukuran *self-efficacy* yang dikembangkan oleh Schwarzer dan Jerusalem (1995) dan diadaptasi oleh Riangga Novrianto dkk, serta diuji validitas dan

reliabelitasnya (Novrianto et al., 2019). Sistem penilaian untuk setiap aitem adalah SS (Sangat Sesuai)=4, S (Sesuai) =3, TS (Tidak Sesuai) =2, dan STS (Sangat Tidak Sesuai)=1, Semakin tinggi skor yang diperoleh berarti semakin tinggi *Self-efficacy* (Schwarzer et al., 1995).

Blue Print GSES

Aspek	Indikator	No Aitem
Kemampuan Mengatasi Masalah (Problem-Solving Ability)	☐ Keyakinan dalam menghadapi tantangan dengan strategi yang efektif. ☐ Kemampuan menyelesaikan masalah tanpa bergantung pada orang lain. ☐ Kepercayaan diri dalam mencari solusi alternatif saat menghadapi hambatan.	1, 2, 6
Ketahanan terhadap Hambatan (Resilience to Adversity)	☐ Kemampuan untuk tetap fleksibel dalam menghadapi perubahan. ☐ Keyakinan dalam menyesuaikan diri dengan situasi yang tidak terduga. ☐ Kemampuan menetapkan dan menyesuaikan tujuan sesuai kondisi.	8, 10, 9
Kemampuan Menyesuaikan Diri (Adaptability/Flexibility)	☐ Kemampuan untuk tetap optimis setelah mengalami kegagalan. ☐ Kepercayaan diri dalam belajar dari pengalaman negatif.	4, 5
Inisiatif dan Motivasi Diri (Initiative and Self-Motivation)	☐ Kemampuan untuk tetap termotivasi dalam mencapai tujuan.	3
Kendali Diri dalam Situasi Sulit (Self-Control in Difficult Situations)	☐ Kemampuan mengelola emosi negatif dalam situasi sulit.	7
Total		10

Tabel 3. 1 Blue Print GSES

2. *Utrecht Work engagement Scale (UWES-9)*

Utrecht Work engagement Scale (UWES-9) merupakan instrumen pengukuran *Work engagement* yang dikembangkan oleh Schaufeli & Bakker (2004) dan diadaptasi oleh Ika Febrian Kristiana dkk, serta diuji validitas dan reliabelitasnya (Kristiana et al., 2019). Penilaian dalam skala ini dilakukan berdasarkan metode skala likert yang terdiri dari 7 pilihan jawaban, yaitu (tidak pernah) akan mendapat skor 0, (beberapa kali setahun) akan mendapat skor 1, (satu kali sebulan) akan mendapat skor 2, (beberapa kali sebulan) akan mendapat skor 3, (satu kali seminggu) akan mendapat skor 4, (beberapa kali seminggu) akan mendapat skor 5, kemudian (setiap hari) akan mendapat skor 6, Semakin tinggi skor yang diperoleh berarti semakin tinggi *Work engagement* (Schaufeli & Bakker, 2004b).

Blue Print UWES-9

Aspek	Indikator	No Aitem
<i>Vigor</i>	☐ Memiliki energi tinggi dalam bekerja ☐ Tetap gigih meskipun menghadapi kesulitan ☐ Bekerja dengan semangat dan daya tahan tinggi	1, 2, 5
<i>Dedication</i>	☐ Merasa terinspirasi dan antusias dalam pekerjaan ☐ Menganggap pekerjaan bermakna dan penting ☐ Merasa bangga dengan pekerjaannya	3, 4, 7
<i>Absorption</i>	☐ Terserap sepenuhnya dalam pekerjaan ☐ Sulit melepaskan diri dari pekerjaan karena sangat menikmatinya ☐ Fokus penuh saat bekerja	6, 8, 9
Total		9

Tabel 3. 2 Blue Print UWES-9**3.7.1. Validitas dan Reliabilitas**

Validitas adalah menunjukkan ketepatan dan kecermatan sesuatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Valid tidaknya suatu alat ukur tergantung pada mampu tidaknya alat ukur tersebut mencapai tujuan pengukuran yang dikehendaki dengan tepat. Uji validitas yang digunakan dalam penelitian ini validitas kostruk. Validitas konstruk adalah derajat kecocokan antara data yang dihasilkan oleh suatu instrumen pengukuran dengan teori atau konsep yang hendak diukur. Validitas konstruk menilai apakah suatu instrumen pengukuran benar-benar mengukur variabel yang diinginkan atau konsep yang ingin diuji (Azwar, 2012b).

Konsep dari reliabilitas alat ukur adalah untuk mencari dan mengetahui sejauh mana hasil pengukuran dapat dipercaya. Reliable dapat juga dikatakan keterpercayaan, keterandalan, keajegan, kestabilan, konsistensi dan sebagainya. Hasil pengukuran dapat dipercaya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subjek yang sama, diperoleh hasil yang relatif sama selama aspek dalam diri subjek yang diukur belum berubah (Azwar, 2012).

1. Validitas dan Reliabelitas *Generalized Self-efficacy Scale* (GSES)

Generalized Self-efficacy Scale (GSES) yang dikembangkan oleh Schwarzer dan Jerusalem (1995) dan diadaptasi oleh Riangga Novrianto dkk, diuji menggunakan metode *confirmatory factor analysis* (CFA) untuk menguji konstruk instrument. Hasil CFA yang dilakukan dengan model satu faktor diperoleh model tidak fit dengan $\chi^2 = 264.74$, $df = 35$, $p\text{-value} = 0.00000$, $RMSEA = 0.106$. Uji validitas konstruk pada *General Self-Efficacy Scale* menunjukkan bahwa aitem-instrumen ini bersifat unidimensional yang hanya mengukur satu faktor yaitu *self-efficacy* dan mendukung model satu faktor yang diteorikan. Aitem-instrumen ini seluruhnya memiliki $t\text{-value} > 1.96$ dan bermuatan faktor positif. Sehingga *General Self Efficacy Scale* terbukti valid dalam mengukur konstruk *self-efficacy* dalam konteks yang menyeluruh (Novrianto et al., 2019).

2. Validitas dan Reliabelitas *Utrecht Work engagement Scale* (UWES-9)

Utrecht Work engagement Scale (UWES-9) yang dikembangkan oleh Schaufeli & Bakker (2004) dan diadaptasi oleh Ika Febrian Kristiana

dkk, diuji menggunakan metode *confirmatory factor analysis (CFA)* dan uji Rasch. Hasil analisis menunjukkan UWES-9 memiliki nilai yang tinggi dalam: interaksi antara person dan item secara keseluruhan ($\alpha = 0,85$); reliabilitas person ($= 0,71$); dan reliabilitas item ($= 0,95$). Pengujian validitas dengan menggunakan model rasch menunjukkan bahwa skala ini memiliki nilai reliabilitas item maupun person yang tergolong tinggi tanpa tergantung pada jumlah dan karakteristik responden sebagaimana pada pendekatan teori tes klasik. Dengan demikian UWES-9 dapat direkomendasikan untuk mengukur keterikatan kerja (Kristiana et al., 2019).

3.7.2. Metode Analisis Data

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji korelasi Pearson Product Moment yaitu suatu analisis untuk menguji hipotesis hubungan antara satu variabel bebas dengan satu variabel terikat yang bersifat interval atau rasio.

Menurut Azwar, uji korelasi Pearson Product Moment digunakan untuk mengukur hubungan linier antara dua variabel yang berskala interval atau rasio. Uji ini mengukur seberapa kuat hubungan antara kedua variabel tersebut, dengan nilai koefisien korelasi berkisar antara -1 hingga +1. Nilai koefisien korelasi yang mendekati +1 menunjukkan hubungan positif yang sangat kuat, sedangkan nilai yang mendekati -1 menunjukkan hubungan negatif yang sangat kuat. Jika koefisien korelasi mendekati 0, maka hubungan antara kedua variabel dianggap lemah atau tidak ada hubungan sama sekali (Azwar, 2013b).

3.8. Prosedur Kerja

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *self-efficacy* dan *work engagement* pada *sales* mobil di Kota Medan. Langkah pertama dalam penelitian ini adalah menentukan topik dan merumuskan masalah yang spesifik, seperti bagaimana pengaruh *self-efficacy* terhadap *work engagement* pada *sales*.

Selanjutnya, tinjauan pustaka dilakukan untuk memahami teori-teori terkait *self-efficacy* dan *work engagement*, serta penelitian sebelumnya yang relevan. Metodologi yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan metode korelasional, di mana data dikumpulkan melalui kuesioner yang mengukur dua variabel utama tersebut. Sampel penelitian terdiri dari *sales* mobil di Kota Medan, dan instrumen yang digunakan diuji untuk validitas dan reliabilitasnya.

Proses pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden dan memastikan data yang terkumpul lengkap dan konsisten. Setelah data terkumpul, dilakukan analisis menggunakan statistik deskriptif untuk menggambarkan karakteristik responden, diikuti dengan uji korelasi Pearson untuk mengetahui hubungan antara *self-efficacy* dan *work engagement*.

Hasil analisis ini kemudian diuji untuk mengetahui signifikansi hubungan tersebut. Setelah itu, laporan penelitian disusun yang mencakup pendahuluan, metodologi, hasil, pembahasan, kesimpulan, dan saran. Temuan penelitian diharapkan dapat memberikan wawasan bagi

Perusahaan otomotif untuk meningkatkan performa *sales* dengan mengembangkan program pengembangan *self-efficacy*.

Terakhir, hasil penelitian ini dapat dipresentasikan kepada pihak manajemen perusahaan untuk diimplementasikan secara praktis, dan jika temuan signifikan, penelitian ini bisa dipublikasikan di jurnal ilmiah. Evaluasi terhadap proses penelitian juga dilakukan untuk mengetahui kendala yang dihadapi dan untuk perbaikan di masa mendatang.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai hubungan antara *self-efficacy* dengan *work engagement* pada *sales* mobil di Kota Medan, dapat disimpulkan bahwa *self-efficacy* berada pada kategori tinggi, yang menunjukkan bahwa para *sales* memiliki keyakinan diri yang kuat dalam menghadapi tantangan pekerjaan, mencapai target penjualan, dan mengelola tekanan kerja. Demikian pula, *work engagement* juga berada pada kategori tinggi, di mana para *sales* menunjukkan semangat (*vigor*), dedikasi (*dedication*), serta keterlibatan penuh (*absorption*) dalam melaksanakan pekerjaannya. Hasil analisis statistik menunjukkan adanya hubungan positif yang signifikan antara *self-efficacy* dengan *work engagement*, artinya semakin tinggi *self-efficacy* yang dimiliki *sales*, semakin tinggi pula keterlibatan kerja yang mereka tunjukkan. Temuan ini mempertegas bahwa *self-efficacy* merupakan salah satu *personal resources* penting yang mendorong keterlibatan kerja, sehingga perusahaan otomotif perlu memberikan perhatian pada upaya penguatan *self-efficacy sales* melalui pelatihan, pendampingan, serta sistem penghargaan, guna meningkatkan keterlibatan kerja dan mendukung pencapaian target perusahaan secara optimal.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, saran yang dapat diberikan adalah:

1. Bagi Perusahaan Otomotif:

- a) Perusahaan dapat mempertahankan *work engagement* karyawan dengan menyelenggarakan pelatihan atau program pengembangan

yang berfokus pada peningkatan *self-efficacy*, seperti training motivasi, role play penjualan, atau mentoring.

- b) Memberikan dukungan organisasi yang lebih baik, misalnya melalui kepemimpinan yang suportif, penghargaan terhadap kinerja, dan menciptakan iklim kerja yang kondusif.

2. Bagi Karyawan (*Sales*):

- a) Diharapkan untuk terus mengembangkan keyakinan diri melalui pengalaman, pembelajaran, serta keberanian menghadapi tantangan, sehingga semakin meningkatkan keterlibatan dalam pekerjaan.
- b) Mengelola stres kerja dengan strategi coping yang tepat agar tetap fokus, gigih, dan bersemangat dalam mencapai target.
- c) Sales mobil disarankan untuk meningkatkan kemampuan digital marketing melalui pelatihan yang berkelanjutan agar mampu mengikuti perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen.

3. Bagi Penelitian Selanjutnya:

- a) Perlu meneliti faktor lain yang juga memengaruhi *work engagement*, seperti dukungan sosial, *job resources*, resiliensi, atau motivasi intrinsik, sehingga memberikan gambaran yang lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, S. (1999). *Metode Penelitian*. Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2012a). *Metode Penelitian*. Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2012b). *Reliabilitas dan Validitas*. Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2013a). *Metode Penelitian* (4th ed.). Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2013b). *Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya*. Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2018). *Penyusunan Skala Psikologi* (2nd ed.). Pustaka Pelajar.
- Bakker, A. B. (2017). Strategic and proactive approaches to work engagement. *Organizational Dynamics*, 46(2), 67–75. <https://doi.org/10.1016/j.orgdyn.2017.04.002>
- Bakker, A. B., & Albrecht, S. L. (2018). Work engagement: current trends. *Career Development International*, 23, 4–11. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:148822525>
- Bakker, A. B., & Demerouti, E. (2008). Toward a model of work engagement. *Career Development International*, 13(3), 209–223. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/13620430810870476>
- Bakker, A. B., Hakanen, J. J., Demerouti, E., & Xanthopoulou, D. (2007). Job resources boost work engagement, particularly when job demands are high. *Journal of Educational Psychology*, 99(2), 274–284. <https://doi.org/10.1037/0022-0663.99.2.274>
- Bakker, A. B., Schaufeli, W. B., Leiter, M. P., & Taris, T. W. (2008). Work engagement: An emerging concept in occupational health psychology. *Work & Stress*, 22(3), 187–200. <https://doi.org/10.1080/02678370802393649>
- Baldauf, A., Cravens, D. W., & Nigean, F. P. (2001). Examining Business Strategy, Sales Management, and Salesperson Antecedents of Sales Organization Effectiveness. *Journal of Personal Selling and Sales Management*, 21(2), 109–122.
- Bandura, A. (1997). *Self-Efficacy: The Exercise of Control*. W.H. Freeman and Company.
- Bekker, M. H. J. (2005). *Self-efficacy and the role of social support in the development of self-efficacy*. Cambridge University Press.
- Bimantara, P. (2018). Proses Komunikasi Pemasaran Personal Selling (Studi Deskriptif Kualitatif pada Penjualan Produk Herbal Bio7 PT. Unimex Power Distributor Cabang Kuningan). *JIKE : Jurnal Ilmu Komunikasi Efek*, 1(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.32534/jike.v1i1.52>

- Catio, M., & Rachmatullah, A. (2020). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. https://books.google.co.id/books?id=_wAIEAAAQBAJ
- Creswell, J. W. (2012). *Educational Research: Planning, Conducting, and Evaluating Quantitative and Qualitative Research* (4th ed.). Boston: Pearson.
- Eldor, L., & Harpaz, I. (2016). A process model of employee engagement: The learning climate and its relationship with extra-role performance behaviors. *Journal of Organizational Behavior*, 37(2), 213–235. <https://doi.org/10.1002/job.2037>
- Hidayat, T. (2022). Dampak work engagement terhadap produktivitas karyawan. *Jurnal Manajemen SDM*, 2(15), 45–58.
- Ismanto, J. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Unpam Press.
- Kahn, W. A. (1990). Psychological conditions of personal engagement and disengagement at work. *Academy of Management Journal*, 33(4), 692–724. <https://doi.org/10.2307/256287>
- Kasmawati, K. (2018). Sumber Daya Manusia Sebagai Sumber Keunggulan Kompetitif. *Idaarah: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 2(2), 229. <https://doi.org/10.24252/idaarah.v2i2.6864>
- Kotler, P. (1996). *Maketing*. Erlangga.
- Kotler, P. (2010). *Marketing 3.0*. Erlangga.
- Kristiana, I. F., Fajrianthi, F., & Purwono, U. (2019). Analisis Rasch Dalam Utrecht Work Engagement Scale-9 (Uwes-9) Versi Bahasa Indonesia. *Jurnal Psikologi*, 17(2), 204. <https://doi.org/10.14710/jp.17.2.204-217>
- Leiter, M. P. (2010). Work engagement: A handbook of essential theory and research. In A. B. Bakker (Ed.), *Work engagement: A handbook of essential theory and research*. Psychology Press. <https://doi.org/10.4324/9780203853047>
- Luthans, F., Youssef, C. M., & Avolio, B. J. (2006). *Psychological capital: Developing the human competitive edge*. Oxford university press.
- Mardiana, K. A., & Wijono, S. (2023). Hubungan Self-efficacy dengan Work Engagement pada Karyawan Pusat Pengembangan Anak (YCI) Selama Masa Pandemi Covid-19. *Bulletin of Counseling and Psychotherapy*, 4(3), 778–784. <https://doi.org/10.51214/bocp.v5i1.430>
- May, D. R., Gilson, R. L., & Harter, L. M. (2004). The psychological conditions of meaningfulness, safety and availability and the engagement of the human spirit at work. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 77(1), 11–37. <https://doi.org/10.1348/096317904322915892>
- Merdeka. (2024). Survei Terbaru: Karyawan di Indonesia Tergolong Pasif dan Kurang Inisiatif. *Merdeka.Com*. <https://www.merdeka.com/uang/survei->

terbaru-karyawan-di-indonesia-tergolong-pasif-dan-kurang-inisiatif-234754-mvk.html?page=2

- Mulyani, S. (2021). *Pengantar Manajemen Sumber Daya Manusia*. Cipta Media Nusantara. <https://books.google.co.id/books?id=t8dLEAAQBAJ>
- Nasuka, M. (2017). Peningkatan Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan dengan Layanan Inti. *Jurnal Syari'ah Dan Hukum Diktum*, 15(2), 191–205. <https://doi.org/https://doi.org/10.35905/diktum.v15i2.435>
- Novrianto, R., Maretih, A. K. E., & Wahyudi, H. (2019). Validitas Konstruk Instrumen General Self Efficacy Scale Versi Indonesia. *Jurnal Psikologi*, 15(1), 1. <https://doi.org/10.24014/jp.v15i1.6943>
- Pratama, N. (2019). Hubungan Self-efficacy dengan Work Engagement pada Karyawan. *Jurnal Psikologi*.
- Ramadhan, N. D., & Budiono. (2023). Pengaruh self efficacy dan work engagement terhadap employee performance melalui job satisfaction. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(3), 783–796. <https://doi.org/https://doi.org/10.26740/jim.v13n1>
- Robertson-Smith, G., & Markwick, C. (2009). *Employee Engagement: A Review of Current Thinking*. Institute for Employment Studies. <https://books.google.co.id/books?id=wBsMQgAACAAJ>
- Salanova, M., Agut, S., & Peiró, J. M. (2005). Linking Organizational Resources and Work Engagement to Employee Performance and Customer Loyalty: The Mediation of Service Climate. In *Journal of Applied Psychology* (Vol. 90, Issue 6, pp. 1217–1227). American Psychological Association. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.90.6.1217>
- Santoso, H., Pratama, R. A., & Hidayat, T. (2021). Strategi Penjualan dalam Meningkatkan Daya Saing di Industri Otomotif. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 18(3), 112–125. <https://doi.org/https://doi.org/10.12345/jmb.183112>
- Sari, M. (2021). Pengaruh stres kerja terhadap burnout pada karyawan dengan keterlibatan kerja sebagai moderator. *Jurnal Psikologi Terapan*, 2(5), 67–81.
- Schaufeli, W. B., & Bakker, A. B. (2004a). Job demands, job resources, and their relationship with burnout and engagement: A multi-sample study. *Journal of Organizational Behavior*, 25(3), 293–315. <https://doi.org/10.1002/job.248>
- Schaufeli, W. B., & Bakker, A. B. (2004b). Utrecht work engagement scale Preliminary Manual Version 1.1. *Occupational Health Psychology Unit Utrecht University, December*, 1–60. <https://doi.org/10.1037/t01350-000>
- Schaufeli, W. B., Bakker, A. B., & Salanova, M. (2006). The Measurement of Work Engagement With a Short Questionnaire. *Educational and Psychological Measurement*, 66, 701–716. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:30878133>

- Schaufeli, W. B., Salanova, M., González-Romá, V., & Bakker, A. B. (2002). The Measurement of Engagement and Burnout: A Two Sample Confirmatory Factor Analytic Approach. *Journal of Happiness Studies*, 3, 71–92. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:33735313>
- Schunk, D. H. (1991). Self-efficacy and academic motivation. *Educational Psychologist*, 26(3–4), 207–231. https://doi.org/https://doi.org/10.1207/s15326985ep2603&4_2
- Schunk, D. H., & DiBenedetto, M. K. (2021). Chapter Four - Self-efficacy and human motivation. In A. J. Elliot (Ed.), *Advances in Motivation Science* (Vol. 8, pp. 153–179). Elsevier. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/bs.adms.2020.10.001>
- Schunk, D. H., & Pajares, F. (2009). Self-efficacy theory. In *Handbook of motivation at school*. (pp. 35–53). Routledge/Taylor & Francis Group. <https://doi.org/10.4324/9780203879498>
- Schwarzer, R. (1992). *Self-Efficacy: Thought Control of Action*. Hemisphere.
- Schwarzer, R., Jerusalem, M., Weinman, J., Wright, S., & Johnston, M. (1995). Generalized Self-Efficacy Scale. *Measures in Health Psychology: A User's Portfolio. Causal and Control Beliefs Windsor*.
- Sofiah, D., & Kurniawan, G. (2019). Hubungan self-efficacy dengan employee work engagement pada karyawan. *Fenomena*, 28(1), 54–61. <https://doi.org/10.30996/fn.v28i1.2641>
- Sofiaha, D. (2023). Hubungan Self-efficacy dengan Employee Work Engagement. *Jurnal Manajemen*.
- Stajkovic, A. D., & Luthans, F. (1998). Self-efficacy and work-related performance: A meta-analysis. *Psychological Bulletin*, 2(124), 240–264.
- Sugiyono, P. D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. ALFABETA.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA.
- Sukamulja, P. D. S. (2021). *Manajemen Keuangan Korporat: Teori, Analisis, dan Aplikasi dalam Melakukan Investasi*. Penerbit Andi. <https://books.google.co.id/books?id=s6FCEAAQBAJ>
- Syahyono. (2016). Pengaruh Motivasi Divisi Karyawan Marketing terhadap Tingkat Penjualan. *Jurnal AKP*, 6(1), 1–17.
- Talentic. (2023). Data Statistik HR: Employee Engagement di Indonesia. *Talentic.Id*. <https://www.talentic.id/resources/blog/data-statistik-hr-employee-engagement/>
- Terho, H., Haas, A., Eggert, A., & Ulaga, W. (2012). It's Almost Like Taking the

Sales Out of Selling - Towards a Conceptualization of Value-Based Selling in Business Markets. *Industrial Marketing Management*, 41(1), 174–185.

Utomo, E. P. (2019). Identifikasi Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Sales performance pada Perusahaan Media Periklanan : Studi Empirik pada Tenaga Penjual di RCTI. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 8(1), 81. <https://doi.org/10.26418/jebik.v8i1.31549>

Van Den Heuvel, M., Demerouti, E., Bakker, A. B., & Schaufeli, W. B. (2010). Personal resources and work engagement in the face of change. In *Contemporary occupational health psychology: Global perspectives on research and practice, Vol 1*. (pp. 124–150). Wiley Blackwell. <https://doi.org/10.1002/9780470661550.ch7>

Xanthopoulou, D., Bakker, A. B., & Ilies, R. (2019). Everyday working life: Explaining within-person fluctuations in employee well-being. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 28(1), 104–114. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/1359432X.2018.1525511>

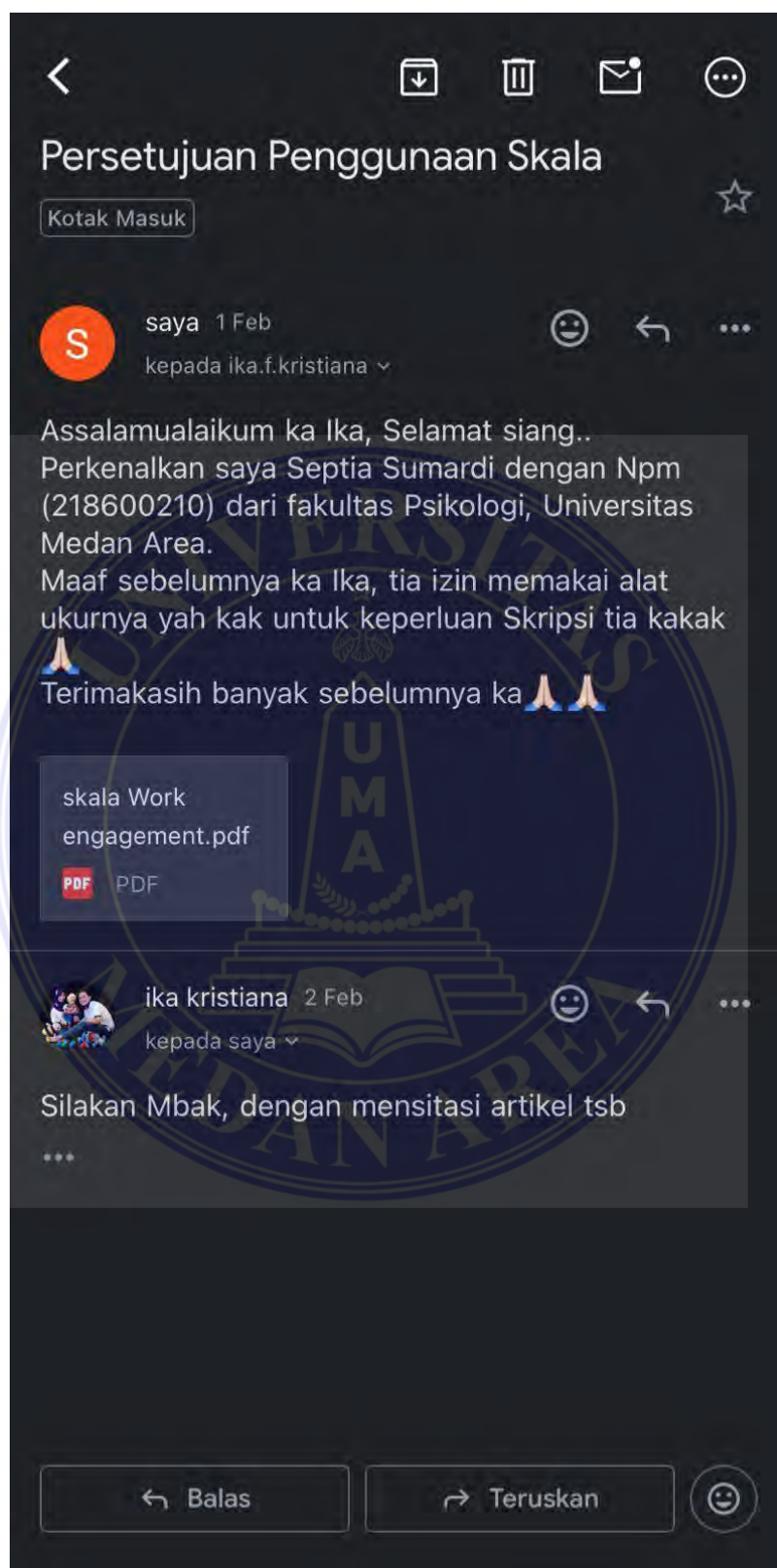
Zimmerman, B. (1990). Self-Regulated Learning and Academic Achievement: An Overview. *Educational Psychologist - EDUC PSYCHOL*, 25, 3–17. https://doi.org/10.1207/s15326985ep2501_2

Zimmerman, B. J. (2000). Self-Efficacy: An Essential Motive to Learn. *Contemporary Educational Psychology*, 25(1), 82–91. <https://doi.org/https://doi.org/10.1006/ceps.1999.1016>



LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Permohonan Penggunaan Instrumen







LAMPIRAN 2 Instrumen Penelitian

INFORMED CONSENT

Lembar Informasi

Saya Mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Medan Area atas nama:
Septia Sumardi (218600210)

Dalam memenuhi laporan penelitian, maka saya memohon kesediaan Saudara/i untuk dapat berpartisipasi dalam penelitian ini.

A. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana persepsi sales mobil terhadap diri dan lingkungan pekerjaan di kota medan.

B. Kesukarelaan Berpartisipasi Dalam Penelitian

Dalam penelitian ini saudara/i dibebaskan dan tidak ada unsur paksaan dalam mengikuti penelitian ini. Jika sewaktu-waktu saudara/i ingin memberhentikan atau ingin mengundurkan diri dalam penelitian ini, maka tidak dikenakan sanksi apapun. Bila tidak bersedia berpartisipasi, maka hal tersebut tidak akan mempengaruhi hubungan dengan peneliti.

C. Prosedur Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat beberapa prosedur jika saudara/i memang benar adanya ingin berpartisipasi didalam penelitian ini:

1. Terlebih dahulu, peneliti akan membacakan dan menjelaskan kepada saudara/i responden selama proses penelitian berlangsung, baik terkait dengan identitas maupun pengerjaan dalam penelitian.
2. Saudara/i responden akan diberikan lembar persetujuan yang dimana saudara/i responden bisa membaca dan memahami terlebih dahulu, lalu menandatangani lembar persetujuan tersebut.

D. Kewajiban Responden Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti akan memberi tahu petunjuk dan prosedur dalam penelitian ini, yang dimana saudara/i mampu mengikuti arahan atau petunjuk dan prosedur yang sudah diberi tahu oleh peneliti.

E. Risiko

Penelitian ini tidak akan memberikan resiko yang akan menyulitkan saudara/i responden, bahkan tidak ada resiko apapun yang terjadi kepada saudara/i responden setelah kerberlangsungan penelitian ini selesai.

F. Manfaat

Manfaat yang didapatkan oleh saudara/i responden ialah sebuah edukasi maupun pembelajaran terkait dengan adanya penelitian ini yang nantinya berguna untuk para saudara/i responden di masa yang akan datang.

G. Kerahasiaan

Segala informasi yang berkaitan dengan identitas saudara/i responden akan terjaga kerahasiaannya. Data yang berkaitan dengan identitas saudara/i responden hanya diketahui oleh peneliti. Dan hasil penelitian nantinya tidak akan menyertakan atau melibatkan identitas responden.



INFORMED CONSENT

Surat Pernyataan Persetujuan

Saya telah membaca informasi mengenai penelitian ini dan saya juga sudah diberi tahu bahwa tujuan penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana persepsi sales mobil terhadap diri dan lingkungan pekerjaan di kota medan. Saya memahami bahwa saya akan diminta untuk menjalani tes psikologis tertentu selama penelitian ini berlangsung.

Semua data dan informasi yang saya berikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian ini. Identitas saya tidak akan disebutkan dalam laporan penelitian atau publikasi lainnya. Dan saya juga mengerti bahwa saya berhak menolak untuk berpartisipasi atau menghentikan partisipasi saya kapan saja tanpa ada konsekuensi negatif terhadap status saya.

Saya memahami bahwa tidak ada keuntungan langsung bagi saya, namun hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi peningkatan layanan psikologis. Saya menyatakan bahwa saya memahami semua informasi yang telah dijelaskan kepada saya, dan saya setuju untuk berpartisipasi dalam penelitian ini secara sukarela.

Medan, _____ 2025

Hormat Kami,

(_____)

Peneliti

(_____)

Responden



IDENTITAS RESPONDEN

Nama (inisial) :

Usia :

Jenis Kelamin :

Pendidikan Terakhir :

Status Pernikahan :

Jumlah anak :

Status Pekerjaan Suami/istri :

Jumlah Penghasilan :

Lama Bekerja :

Ceritakan penilaian anda mengenai kemampuan diri anda dalam melakukan tugas!.....

.....
.....
.....

Ceritakan pengalaman anda dalam memenuhi target penjualan! (Pikiran, Perasaan, dan tindakan).....

.....
.....
.....



SKALA 1

Berikut ini adalah beberapa pernyataan. Bacalah dengan cermat setiap pernyataan yang ada di dalam tabel. Saudara diminta untuk memberikan pendapatnya terhadap pernyataan-pernyataan yang terdapat dalam skala ukur tersebut dengan cara memilih:

SS = Bila merasa **SANGAT SESUAI** dengan pernyataan yang diajukan

S = Bila merasa **SESUAI** dengan pernyataan yang diajukan

TS = Bila merasa **TIDAK SESUAI** dengan pernyataan yang diajukan

STS = Bila merasa **SANGAT TIDAK SESUAI** dengan pernyataan yang diajukan

Saudara hanya diperbolehkan memilih satu pilihan jawaban pada setiap pernyataan dengan cara memberikan tanda check list () pada lembar jawaban yang tersedia sesuai dengan pilihan masing-masing.

Contoh:

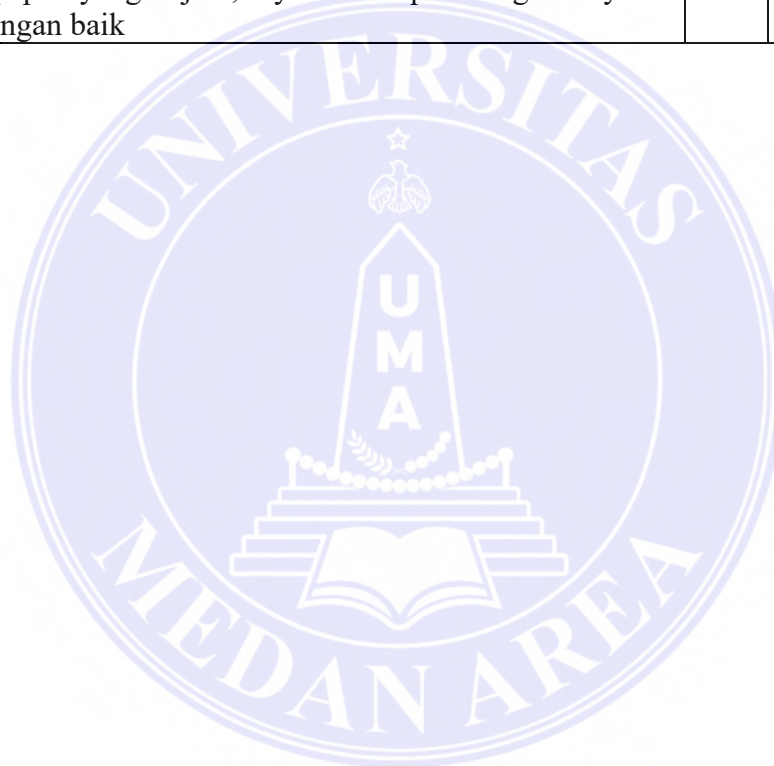
No	PERNYATAN	SS	S	TS	STS
1	Saya selalu berpakaian setiap mau berangkat bekerja				

Tanda Checklist () menunjukkan seseorang itu **SANGAT SESUAI** terhadap pernyataan yang diajukan.

SELAMAT BEKERJA

NO	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
1	Saya dapat selalu menyelesaikan masalah yang sulit jika saya berusaha keras.				
2	Saya mampu mencari cara untuk menyelesaikan masalah jika ada sesuatu yang menghambat tujuan saya.				
3	Mudah bagi saya untuk tetap pada tujuan dan mencapai tujuan saya				

4	Saya yakin bahwa saya dapat bertindak dengan baik dalam situasi yang tidak terduga				
5	Berkat kemampuan saya, saya tahu bagaimana cara menghadapi situasi yang tidak terduga				
6	Saya dapat menyelesaikan berbagai permasalahan jika saya sungguh-sungguh dalam melakukannya				
7	Saya dapat tetap tenang saat menghadapi kesulitan karena saya dapat mengandalkan kemampuan saya untuk mengatasi hal tersebut				
8	Saat berhadapan dengan sebuah masalah, saya mempunyai banyak ide untuk mengatasinya				
9	Ketika berada dalam situasi sulit, saya dapat memikirkan cara untuk keluar dari kesulitan tersebut				
10	Apapun yang terjadi, saya akan dapat mengatasinya dengan baik				





SKALA 2

Berikut merupakan beberapa pernyataan tentang perasaan anda di tempat kerja. Bacalah setiap pernyataan dengan seksama dan tentukan apabila anda pernah merasakan hal sesuai pernyataan tersebut. Jika anda tidak pernah memiliki perasaan tersebut, berikan tanda silang pada angka "0" (nol) yang terletak dibawah pernyataan tersebut. Jika anda memiliki perasaan tersebut, tunjukkan seberapa sering anda merasakan dengan memberi tanda silang pada nomor-nomor berikut (dari 0-6) yang paling menggambarkan seberapa sering anda merasakannya.

0: Tidak Pernah

1: Hampir Tidak Pernah (Beberapa kali dalam setahun)

2: Jarang (Sebulan sekali)

3: Kadang-Kadang (Beberapa kali dalam sebulan)

4: Sering (Seminggu sekali)

5: Sangat Sering (Beberapa kali seminggu)

6: Selalu (Setiap hari)

SELAMAT BEKERJA

No	PERNYATAAN	0	1	2	3	4	5	6
1	Di tempat kerja, saya merasa penuh dengan energi							
2	Dalam bekerja, saya merasa kuat dan bertenaga							
3	Saya antusias dalam melakukan pekerjaan saya							
4	Pekerjaan saya menginspirasi saya							
5	Saat bangun tidur di pagi hari, saya merasa bersemangat untuk pergi bekerja							
6	Saya merasa senang saat saya bekerja secara intensif							
7	Saya bangga dengan pekerjaan yang saya lakukan							
8	Saya larut dalam pekerjaan saya							
9	Saya merasa terbawa dengan pekerjaan ketika saya sedang bekerja							

LAMPIRAN 3 Validitas dan Reliabilitas

Reliability

Scale: self efikasi

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	226	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	226	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.920	10

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
SE1	3.98	.188	226
SE2	3.89	.449	226
SE3	3.58	.830	226
SE4	3.63	.797	226
SE5	3.79	.618	226
SE6	3.92	.392	226
SE7	3.61	.827	226
SE8	3.64	.772	226
SE9	3.78	.689	226
SE10	3.85	.529	226

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
SE1	33.69	11.539	.331	.726
SE2	33.78	10.875	.324	.719
SE3	34.09	8.561	.513	.673
SE4	34.04	8.691	.514	.673
SE5	33.88	9.773	.411	.694
SE6	33.75	11.094	.389	.722
SE7	34.06	8.929	.431	.691
SE8	34.04	8.985	.466	.683
SE9	33.89	9.660	.375	.699
SE10	33.82	9.951	.453	.690

$$1 \times 10 + 4 \times 10 / 2 = 25$$

Reliability

Scale: work enggament

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	226	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	226	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.925	9

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
WE1	35.54	105.502	.671	.920
WE2	35.50	103.238	.761	.915
WE3	35.21	103.365	.863	.910
WE4	35.62	97.960	.792	.912
WE5	35.74	98.885	.805	.911
WE6	35.44	100.488	.790	.912
WE7	35.06	105.166	.740	.916
WE8	35.95	107.167	.527	.930
WE9	35.86	103.426	.667	.921

$$9 \times 6 + 9 \times 0 / 2 = 27$$

LAMPIRAN 4 Uji Normalitas

NPar Tests

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		self efikasi	work enggament
N		226	226
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	37.67	39.99
	Std. Deviation	8.427	11.365
Most Extreme Differences	Absolute	.322	.119
	Positive	.248	.109
	Negative	-.322	-.119
Test Statistic		.322	.119
Asymp. Sig. (2-tailed)		.435	.241

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

LAMPIRAN 5 Uji Linieritas

Means

Case Processing Summary

	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
work enggament * self efikasi	226	100.0%	0	0.0%	226	100.0%

Report

work enggament

self efikasi	Mean	N	Std. Deviation
28	32.25	8	8.565
30	26.25	8	11.068
31	29.50	4	4.041
32	25.57	7	5.912
33	46.00	2	.000
34	39.71	14	8.730
35	32.00	4	5.774
36	34.30	20	8.170
38	42.53	30	7.956
40	42.91	129	11.533
Total	39.99	226	11.353

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
work enggament * self efikasi	Between Groups	(Combined)	6152.860	9	683.651	6.463	.000
		Linearity	4451.715	1	4451.715	42.083	.000
		Deviation from Linearity	1701.145	8	212.643	2.010	.147
	Within Groups		22849.122	216	105.783		
	Total		29001.982	225			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
work enggament * self efikasi	.692	.478	.461	.212

LAMPIRAN 6 Uji Korelasi Product Moment

Correlations

Correlations

		self efikasi	work enggament
self efikasi	Pearson Correlation	1	.692**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	226	226
work enggament	Pearson Correlation	.692**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	226	226

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

LAMPIRAN 7 Data Mentah Penelitian

General Self-Efficacy Scale (GSES)										
No	GSES 1	GSES 2	GSES 3	GSES 4	GSES 5	GSES 6	GSES 7	GSES 8	GSES 9	GSES 10
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
6	4	2	2	2	2	4	4	4	2	4
7	4	4	4	4	4	4	2	4	1	4
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
9	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
11	4	4	2	4	4	4	2	4	4	4
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
18	4	4	4	4	4	2	4	2	2	4
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
21	4	4	4	2	4	4	2	2	2	4
22	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
24	4	4	4	4	4	2	1	2	1	2
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
26	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
28	4	2	2	2	2	4	4	2	4	2
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
30	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4
31	4	4	2	4	2	4	2	4	4	4
32	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4
33	4	4	4	2	4	4	2	4	4	4
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
39	4	4	2	2	2	4	4	2	4	2

40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
43	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
45	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
46	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4
47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
48	4	4	4	2	2	4	2	4	4	4
49	4	4	2	2	4	4	2	2	2	4
50	4	4	2	2	2	4	4	2	4	4
51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
52	4	4	4	4	2	4	4	2	4	4
53	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
54	4	4	2	4	4	4	4	2	4	4
55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
56	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
57	4	4	4	2	4	4	2	4	4	2
58	4	4	2	2	4	4	2	2	2	2
59	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
60	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4
61	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
63	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
64	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4
65	4	2	2	4	4	2	1	4	4	4
66	4	4	2	2	2	4	2	2	2	4
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
68	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4
69	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
70	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
71	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
72	4	4	2	4	4	4	4	2	4	4
73	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4
74	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
76	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
77	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4
78	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
79	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
80	4	4	2	4	4	4	4	4	2	2
81	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
82	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

83	4	4	2	2	4	4	2	2	4	4
84	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
85	4	2	2	1	4	4	4	4	4	4
86	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4
87	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
88	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
89	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
90	4	4	4	4	2	4	4	4	1	4
91	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
92	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
93	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
94	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
95	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4
96	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
97	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
98	4	4	2	4	4	4	2	2	4	4
99	4	4	2	2	4	4	4	4	4	2
100	2	4	1	4	2	4	2	4	4	4
101	4	4	4	2	4	4	4	4	2	4
102	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
103	4	4	4	2	2	4	2	2	4	2
104	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4
105	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
106	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4
107	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
108	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4
109	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4
110	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4
111	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
112	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
113	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4
114	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
115	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
116	4	4	4	2	4	2	4	2	4	2
117	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
118	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
119	4	2	2	2	2	4	4	4	2	4
120	4	4	4	4	4	4	2	4	1	4
121	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
122	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4
123	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
124	4	4	2	4	4	4	2	4	4	4
125	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

126	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
127	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
128	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
129	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
130	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
131	4	4	4	4	4	2	4	2	2	4
132	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
133	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
134	4	4	4	2	4	4	2	2	2	4
135	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4
136	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
137	4	4	4	4	4	2	1	2	1	2
138	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
139	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4
140	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
141	4	2	2	2	2	4	4	2	4	2
142	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
143	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4
144	4	4	2	4	2	4	2	4	4	4
145	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4
146	4	4	4	2	4	4	2	4	4	4
147	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
148	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
149	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
150	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
151	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
152	4	4	2	2	2	4	4	2	4	2
153	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
154	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
155	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
156	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
157	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
158	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
159	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4
160	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
161	4	4	4	2	2	4	2	4	4	4
162	4	4	2	2	4	4	2	2	2	4
163	4	4	2	2	2	4	4	2	4	4
164	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
165	4	4	4	4	2	4	4	2	4	4
166	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
167	4	4	2	4	4	4	4	2	4	4
168	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

169	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
170	4	4	4	2	4	4	2	4	4	2
171	4	4	2	2	4	4	2	2	2	2
172	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
173	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4
174	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
175	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
176	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
177	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4
178	4	2	2	4	4	2	1	4	4	4
179	4	4	2	2	2	4	2	2	2	4
180	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
181	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4
182	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
183	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
184	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
185	4	4	2	4	4	4	4	2	4	4
186	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4
187	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
188	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
189	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
190	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4
191	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
192	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
193	4	4	2	4	4	4	4	4	2	2
194	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
195	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
196	4	4	2	2	4	4	2	2	4	4
197	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
198	4	2	2	1	4	4	4	4	4	4
199	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4
200	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
201	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
202	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
203	4	4	4	4	2	4	4	4	1	4
204	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
205	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
206	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
207	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
208	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4
209	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
210	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
211	4	4	2	4	4	4	2	2	4	4

212	4	4	2	2	4	4	4	4	4	2
213	2	4	1	4	2	4	2	4	4	4
214	4	4	4	2	4	4	4	4	2	4
215	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
216	4	4	4	2	2	4	2	2	4	2
217	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4
218	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
219	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4
220	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
221	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4
222	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4
223	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4
224	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
225	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
226	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4

Utrecht Work engagement Scale (UWES-9)									
No	UWES 1	UWES 2	UWES 3	UWES 4	UWES 5	UWES 6	UWES 7	UWES 8	UWES 9
1	1	2	3	5	3	3	3	3	3
2	4	5	6	5	6	6	6	6	6
3	4	3	4	4	4	4	4	6	4
4	6	6	6	6	6	6	6	6	6
5	6	6	6	6	3	6	6	6	6
6	6	3	3	0	0	0	6	0	0
7	3	5	6	3	4	3	4	5	4
8	5	6	6	6	6	6	6	6	6
9	4	4	4	4	3	2	4	5	5
10	0	0	0	0	0	0	0	3	1
11	2	2	2	2	2	1	2	0	2
12	5	5	5	5	5	2	6	3	5
13	4	5	5	5	5	5	6	5	3
14	6	6	6	5	5	6	5	5	5
15	6	6	6	6	6	6	6	4	4
16	3	5	5	5	5	6	6	5	5
17	4	4	5	6	4	5	5	2	3
18	5	5	5	5	5	6	6	3	3
19	5	5	6	6	5	5	6	4	4
20	0	0	1	0	0	0	1	0	0
21	3	2	2	2	1	0	3	2	3
22	5	4	6	6	6	6	6	3	5
23	4	3	5	6	5	4	5	4	4
24	5	3	3	0	2	3	4	0	2

25	6	6	6	6	6	6	6	6	6
26	2	6	6	6	6	6	6	6	6
27	6	6	6	6	6	6	6	2	2
28	5	5	5	5	5	5	5	3	6
29	3	3	4	4	5	4	4	6	6
30	3	3	6	6	3	3	6	6	6
31	6	6	4	4	0	6	6	6	3
32	6	5	6	3	6	5	5	6	6
33	3	3	4	3	2	4	3	3	4
34	5	4	5	6	5	5	6	3	4
35	6	6	6	6	6	6	6	3	6
36	5	5	5	5	5	5	5	5	5
37	5	5	5	5	5	5	5	5	5
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4
39	3	3	3	0	0	4	3	1	4
40	6	6	6	6	6	6	6	5	6
41	5	5	5	6	5	5	6	5	5
42	6	4	4	4	4	4	4	4	4
43	5	5	5	5	5	4	6	5	5
44	6	4	5	3	4	4	4	4	4
45	5	5	5	5	5	5	6	5	5
46	5	5	4	3	5	3	5	4	3
47	6	6	6	6	6	6	6	6	6
48	4	4	4	4	3	4	4	4	3
49	3	3	4	0	3	0	1	5	3
50	3	3	3	3	3	2	3	3	2
51	3	6	5	1	3	2	6	1	0
52	5	4	5	5	4	4	5	4	4
53	6	6	6	6	6	6	6	4	0
54	5	4	3	3	3	3	3	3	3
55	4	6	4	4	4	4	4	4	4
56	6	6	6	6	6	6	6	6	6
57	5	5	6	6	5	5	6	4	4
58	4	4	3	3	3	4	4	5	4
59	5	5	5	5	5	5	5	5	3
60	3	3	3	3	4	4	4	3	4
61	6	5	5	5	5	5	6	5	5
62	6	6	6	5	6	6	6	5	4
63	5	5	6	6	5	5	6	2	4
64	5	6	5	5	6	5	5	5	4
65	0	1	4	3	1	5	3	5	4
66	3	2	3	3	3	5	2	4	4
67	0	0	0	0	0	0	0	0	0

68	5	4	3	2	2	2	3	2	3
69	3	4	4	4	4	4	4	4	4
70	4	3	6	6	6	6	6	2	6
71	3	3	3	3	3	3	3	3	3
72	6	6	5	6	5	5	6	0	4
73	5	5	6	3	3	3	4	4	4
74	2	0	3	6	4	5	3	5	1
75	6	6	6	6	6	6	6	6	6
76	6	6	6	6	6	6	6	6	6
77	4	4	5	4	5	5	6	5	4
78	6	6	6	6	6	6	6	6	6
79	6	6	6	6	5	6	5	4	6
80	6	6	6	6	6	6	6	6	6
81	6	6	6	6	6	6	6	6	6
82	6	3	6	6	6	6	6	0	6
83	3	3	4	4	3	3	6	3	3
84	6	6	6	6	6	6	6	6	6
85	6	6	6	6	5	4	3	6	4
86	2	5	5	3	0	2	6	4	2
87	6	6	6	6	6	6	6	6	6
88	6	6	6	6	6	6	6	6	6
89	2	5	5	3	5	6	6	6	4
90	5	3	3	3	2	6	4	1	0
91	6	6	6	6	6	6	6	6	6
92	3	6	6	3	6	4	6	4	2
93	4	4	5	5	5	5	5	6	5
94	5	5	5	5	5	5	5	3	5
95	6	6	6	3	3	5	6	3	3
96	6	6	6	6	6	6	6	6	6
97	5	4	4	4	3	4	5	3	4
98	3	5	3	4	3	4	5	3	3
99	3	2	3	1	4	3	6	5	0
100	3	3	5	0	3	5	2	6	6
101	3	5	3	5	4	6	3	2	6
102	4	4	4	4	3	4	4	2	4
103	5	5	5	6	5	5	6	3	4
104	5	5	6	6	6	6	6	5	5
105	6	6	6	3	3	6	6	3	3
106	5	5	5	5	5	5	6	5	5
107	5	4	4	6	6	5	5	5	4
108	3	6	6	3	3	6	6	3	3
109	6	6	6	5	6	6	6	6	6
110	6	4	5	6	5	6	6	6	6

111	3	6	6	5	3	6	6	3	6
112	4	3	6	6	3	6	5	3	6
113	3	4	4	4	5	4	5	6	3
114	6	6	6	6	6	6	6	4	4
115	5	5	6	4	5	5	6	4	5
116	3	3	3	3	4	4	4	2	3
117	4	4	5	4	4	4	4	4	4
118	6	6	6	6	3	6	6	6	6
119	6	3	3	0	0	0	6	0	0
120	3	5	6	3	4	3	4	5	4
121	5	6	6	6	6	6	6	6	6
122	4	4	4	4	3	2	4	5	5
123	0	0	0	0	0	0	0	3	1
124	2	2	2	2	2	1	2	0	2
125	5	5	5	5	5	2	6	3	5
126	4	5	5	5	5	5	6	5	3
127	6	6	6	5	5	6	5	5	5
128	6	6	6	6	6	6	6	4	4
129	3	5	5	5	5	6	6	5	5
130	4	4	5	6	4	5	5	2	3
131	5	5	5	5	5	6	6	3	3
132	5	5	6	6	5	5	6	4	4
133	0	0	1	0	0	0	1	0	0
134	3	2	2	2	1	0	3	2	3
135	5	4	6	6	6	6	6	3	5
136	4	3	5	6	5	4	5	4	4
137	5	3	3	0	2	3	4	0	2
138	6	6	6	6	6	6	6	6	6
139	2	6	6	6	6	6	6	6	6
140	6	6	6	6	6	6	6	2	2
141	5	5	5	5	5	5	5	3	6
142	3	3	4	4	5	4	4	6	6
143	3	3	6	6	3	3	6	6	6
144	6	6	4	4	0	6	6	6	3
145	6	5	6	3	6	5	5	6	6
146	3	3	4	3	2	4	3	3	4
147	5	4	5	6	5	5	6	3	4
148	6	6	6	6	6	6	6	3	6
149	5	5	5	5	5	5	5	5	5
150	5	5	5	5	5	5	5	5	5
151	4	4	4	4	4	4	4	4	4
152	3	3	3	0	0	4	3	1	4
153	6	6	6	6	6	6	6	5	6

154	5	5	5	6	5	5	6	5	5
155	6	4	4	4	4	4	4	4	4
156	5	5	5	5	5	4	6	5	5
157	6	4	5	3	4	4	4	4	4
158	5	5	5	5	5	5	6	5	5
159	5	5	4	3	5	3	5	4	3
160	6	6	6	6	6	6	6	6	6
161	4	4	4	4	3	4	4	4	3
162	3	3	4	0	3	0	1	5	3
163	3	3	3	3	3	2	3	3	2
164	3	6	5	1	3	2	6	1	0
165	5	4	5	5	4	4	5	4	4
166	6	6	6	6	6	6	6	4	0
167	5	4	3	3	3	3	3	3	3
168	4	6	4	4	4	4	4	4	4
169	6	6	6	6	6	6	6	6	6
170	5	5	6	6	5	5	6	4	4
171	4	4	3	3	3	4	4	5	4
172	5	5	5	5	5	5	5	5	3
173	3	3	3	3	4	4	4	3	4
174	6	5	5	5	5	5	6	5	5
175	6	6	6	5	6	6	6	5	4
176	5	5	6	6	5	5	6	2	4
177	5	6	5	5	6	5	5	5	4
178	0	1	4	3	1	5	3	5	4
179	3	2	3	3	3	5	2	4	4
180	0	0	0	0	0	0	0	0	0
181	5	4	3	2	2	2	3	2	3
182	3	4	4	4	4	4	4	4	4
183	4	3	6	6	6	6	6	2	6
184	3	3	3	3	3	3	3	3	3
185	6	6	5	6	5	5	6	0	4
186	5	5	6	3	3	3	4	4	4
187	2	0	3	6	4	5	3	5	1
188	6	6	6	6	6	6	6	6	6
189	6	6	6	6	6	6	6	6	6
190	4	4	5	4	5	5	6	5	4
191	6	6	6	6	6	6	6	6	6
192	6	6	6	6	5	6	5	4	6
193	6	6	6	6	6	6	6	6	6
194	6	6	6	6	6	6	6	6	6
195	6	3	6	6	6	6	6	0	6
196	3	3	4	4	3	3	6	3	3

197	6	6	6	6	6	6	6	6	6
198	6	6	6	6	5	4	3	6	4
199	2	5	5	3	0	2	6	4	2
200	6	6	6	6	6	6	6	6	6
201	6	6	6	6	6	6	6	6	6
202	2	5	5	3	5	6	6	6	4
203	5	3	3	3	2	6	4	1	0
204	6	6	6	6	6	6	6	6	6
205	3	6	6	3	6	4	6	4	2
206	4	4	5	5	5	5	5	6	5
207	5	5	5	5	5	5	5	3	5
208	6	6	6	3	3	5	6	3	3
209	6	6	6	6	6	6	6	6	6
210	5	4	4	4	3	4	5	3	4
211	3	5	3	4	3	4	5	3	3
212	3	2	3	1	4	3	6	5	0
213	3	3	5	0	3	5	2	6	6
214	3	5	3	5	4	6	3	2	6
215	4	4	4	4	3	4	4	2	4
216	5	5	5	6	5	5	6	3	4
217	5	5	6	6	6	6	6	5	5
218	6	6	6	3	3	6	6	3	3
219	5	5	5	5	5	5	6	5	5
220	5	4	4	6	6	5	5	5	4
221	3	6	6	3	3	6	6	3	3
222	6	6	6	5	6	6	6	6	6
223	6	4	5	6	5	6	6	6	6
224	3	6	6	5	3	6	6	3	6
225	4	3	6	6	3	6	5	3	6
226	3	4	4	4	5	4	5	6	3

LAMPIRAN 8 Ijin Penelitian

 **UNIVERSITAS MEDAN AREA**
FAKULTAS PSIKOLOGI
Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360168, Medan 20223
Kampus II : Jalan Setiabudi Nomor 79 / Jalan Del Seraya Nomor 70 A ☎ (061) 42402994, Medan 20122
Website: www.uma.ac.id E-Mail: univ_medanarea@uma.ac.id

Nomor : 1688/FPSI/01.10/V/2026
Lampiran : -
Hal : Penelitian 18 Mei 2025

Yth. Bapak/Ibu
Kepala HRD
PT. Shinari Putra Kencana
di -
Tempat

Dengan hormat,
Bersama ini kami berharap Bapak/Ibu berkenan memberikan izin dan kesempatan kepada mahasiswa kami untuk melaksanakan pengambilan data penelitian di lingkungan **PT. Shinari Putra Kencana** sebagai bagian dari penyusunan tugas akhir. Adapun data diri mahasiswa yang dimaksud adalah sebagai berikut:

Nama : Septia Sumardi
Nomor Pokok Mahasiswa : 218600210
Program Studi : Psikologi
Fakultas : Psikologi

Mahasiswa tersebut akan melaksanakan penelitian dengan judul **"Hubungan Self Efficacy dengan Work Engagement pada Sales Mobil di Kota Medan."** Kegiatan pengumpulan data akan berlangsung di **PT. Shinari Putra Kencana**. Penelitian ini bersifat akademik dan ditujukan untuk penyusunan skripsi sebagai salah satu syarat kelulusan program Sarjana Psikologi di Fakultas Psikologi Universitas Medan Area. Penelitian mahasiswa tersebut dibimbing oleh Ibu **Dr. Rahmi Lubis, S.Psi, M.Psi, Psikolog**.

Sehubungan dengan hal tersebut, kami sangat mengharapkan dukungan Bapak/Ibu dalam memfasilitasi proses pengambilan data yang diperlukan. Selain itu, apabila proses penelitian telah selesai, kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk menerbitkan **Surat Keterangan** yang menyatakan bahwa mahasiswa yang bersangkutan telah menyelesaikan kegiatan pengumpulan data di Perusahaan yang Bapak/Ibu pimpin.

Demikian surat ini kami sampaikan. Atas perhatian dan kerja sama yang baik, kami ucapkan terima kasih.

A.n Dekan,
Wakil Bidang Penjaminan Mutu Akademik
dan Gugus Jaminan Mutu

Laili Alfita, S.Psi, MM, M.Psi, Psikolog

Tembusan
- Mahasiswa Ybs
- Arsip



No : 001/SPK-YOS/EKS/VIII/2025
Hal : Konfirmasi Selesai Riset
Tanggal : 11 Agustus 2025
Lampiran : -

Kepada Yth Bapak Ketua Program Studi Psikologi Universitas Medan Area

Dengan hormat,

Sehubungan dengan surat pengantar dari Ketua Prodi Psikologi Universitas Medan Area (UMA), dengan Nomor 1688/FPSI/01.10/V/2026 Tanggal 18 Mei 2025, perihal permohonan Riset Mahasiswa berikut :

Nama : Septia Sumardi
NPM : 218600210
Program Studi : Psikologi
Judul Riset : Hubungan self Efficacy dengan Work Engagement Pada Sales Mobil di Kota Medan

Bersama ini kami sampaikan bahwa nama di atas pada tanggal 22 Juni 2025 -11 Agustus 2025, benar telah selesai melakukan Riset/Penelitian di perusahaan PT. Shinari Putra kencana Medan

Demikian hal ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terimakasih.

Hormat kami

PT. Shinari Putra kencana
HRD

PT. SHINARI PUTRA KENCANA

Dealer Medan : Jl. K.L. Yos Sudarso No.5 Telp. (061) 6645745 MEDAN
Jl. Gatot Subroto No.263 (Depan Kodam Bukit Barisan) Telp. (061) 42567333 MEDAN
Dealer Aceh : Jl. Soekarno Hatta No.8, Daroy Kameu Kec. Darul Imarah Telp. (065) 142500 ACEH
Dealer Padang : Jl. Khatib Sulaiman No.97 Telp. (0751) 4488939 PADANG
Dealer Lampung : Jl. ZA. Pagar Alam No.3 Telp. (0721)780800 LAMPUNG
Dealer Bandung : Jl. Bojongloa, Rancaekek Kab. Bandung,Jawa Barat Telp. (022) 7799399 BANDUNG
Dealer Dumai : Jl. Sultan Hasanuddin / Ombak No.88, Rimba Sekampung, Dumai Kota Telp. (0765) 439079 DUMAI