

**PENGARUH RASA BANGGA TERHADAP
KETERIKATAN KARYAWAN AGEN ASURANSI
PT. XYZ**



Oleh:

**IKHWAN TAUFIQ
1125120010
Psikologi**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh
Gelar Sarjana Psikologi**

**FAKULTAS ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2016**

**LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING DAN PENGESAHAN PANITIA
UJIAN SKRIPSI**

Judul Skripsi : Pengaruh Rasa Bangga Terhadap Keterikatan
Karyawan Agen Asuransi PT. XYZ

Nama Mahasiswa : Ikhwan Taufiq
Nomor Registrasi : 1125120010
Program Studi : Psikologi


Tanggal Ujian : 21 Juli 2016

Pembimbing I



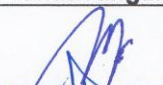

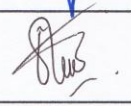
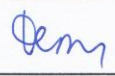
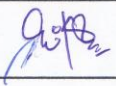
Herwindo Haribowo, Ph.D
NIP. 195410081981031003

Pembimbing II



Fellianti Muzdalifah, M.Psi
NIP. 197802242005012001

Panitia Ujian/Sidang/Karya Inovatif

Nama	TandaTangan	Tanggal
Dr. Sofia Hartati, M.Si (Penanggung Jawab)*		19/8 2016
Dr. Gantina Komalasari, M.Psi (Wakil Penanggung Jawab)**		19/8 2016
Mira Ariyani, Ph.D (Ketua Penguji)***		8/8 2016
Deasyanti, Ph.D (Anggota)****		3/8 2016
Dwi Kencana Wulan, M.Psi (Anggota)****		4/8 2016

Catatan:

- * Dekan FIP
- ** Pembantu Dekan I
- *** Ketua Program Studi
- **** Dosen Penguji selain pembimbing dan Ketua Program Studi

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, mahasiswa Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Jakarta:

Nama : Ikhwan Taufiq

Nomor Registrasi : 1125120010

Program Studi : Psikologi

Menyatakan bahwa skripsi yang dibuat dengan judul “Pengaruh Rasa Bangga Terhadap Keterikatan Karyawan Agen Asuransi PT. XYZ” adalah:

1. Dibuat dan diselesaikan oleh saya sendiri, berdasarkan data yang diperoleh dari hasil penelitian pada bulan Januari sampai dengan bulan Juli 2016.
2. Bukan merupakan duplikasi skripsi/karya inovasi yang pernah dibuat orang lain atau jiplakan karya tulis orang lain dan bukan terjemahan karya tulis orang lain.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan saya bersedia menanggung segala akibat yang ditimbulkan jika pernyataan saya ini tidak benar.

Jakarta, Juli 2016
Yang Membuat Pernyataan

Materai Rp.6000

Ikhwan Taufiq

Ilmu yang bermanfaat bukan hanya untuk diamalkan, namun yang dapat menambah pandangan hati.

-Imam Ghazali-

Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya yang sudah menjadikan saya sebaik ini. Saya percaya doa mereka telah di dengar-Nya.

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Program Studi Psikologi, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ikhwan Taufiq
Nomor Registrasi : 1125120010
Program Studi : Psikologi
Fakultas : Fakultas Ilmu Pendidikan
Jenis karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Program Studi Psikologi Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Jakarta Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**Pengaruh Rasa Bangga Terhadap Keterikatan Karyawan
Agen Asuransi PT. XYZ**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti

Noneksklusif ini Program Studi Psikologi Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Jakarta

Pada tanggal: 21 Juli 2016

Yang menyatakan

(Ikhwan Taufiq)

PENGARUH RASA BANGGA TERHADAP KETERIKATAN KARYAWAN AGEN ASURANSI PT. XYZ

2016

IKHWAN TAUFIQ

ABSTRAK

Keterikatan karyawan merupakan kunci dari keberhasilan organisasi. Namun, hanya sedikit karyawan yang memiliki keterikatan terhadap pekerjaan maupun perusahaan. Faktor utama dalam keterikatan karyawan yaitu rasa bangga. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh rasa banga terhadap keterikatan karyawan. Peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif dengan skala psikologi. Peneliti menggunakan *Authentic Pride Scale* dan *Job Engagement Scale*. Subyek penelitian ini adalah 75 responden agen asuransi yang memiliki sertifikat lisensi dan bekerja di PT. XYZ. Metode pengolah data yang digunakan dalam pengujian hipotesis adalah analisa regresi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif, artinya semakin tinggi rasa bangga yang dimiliki semakin meningkatnya keterikatan karyawan terhadap pekerjaan maupun perusahaan.

Kata kunci: Rasa bangga, Keterikatan karyawan

**EFFECT OF PRIDE ON EMPLOYEE ENGAGEMENT
INSURANCE AGENTS IN PT. XYZ**

2016

IKHWAN TAUFIQ

ABSTRACT

Employee engagement is the key to organizational success. However, only a few employees were engaged in their jobs and companies. A major factor in employee engagement is a pride. This research investigate about effect of pride on employee engagement. Researchers used quantitative approach with psychological scale. Researcher using Authentic Pride Scale and Job Engagement Scale. The subjects of this study were 75 insurance agents that have a certificate of insurance license and worked at PT. XYZ. The data analysis method that been used in testing the hypothesis is regression analysis. The results show that there is positive significance between the two variables with means that the higher pride possessed by the agent increase the engagement of employees to jobs and companies.

Keywords: Pride, Employee Engagement

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Allah SWT atas segala limpahan Rahmat dan Karunianya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Rasa Bangga Terhadap Keterikatan Karyawan”. Dengan selesainya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan banyak pihak yang telah memberikan bimbingan kepada peneliti. Untuk itu peneliti mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Ibu Dr. Sofia Hartati, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Jakarta.
2. Ibu Dr. Gantina Komalasari, M.Psi selaku Pembantu Dekan I Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Jakarta.
3. Ibu Mira Ariyani, Ph.D selaku ketua Program Studi Psikologi Universitas Negeri Jakarta.
4. Bapak Herwindo Haribowo, Ph.D selaku dosen pembimbing yang telah memberikan saran, masukan, maupun kritikan serta doa dan dukungan dalam membimbing peneliti sehingga membantu dan berguna bagi peneliti dalam penyusunan skripsi.
5. Ibu Fellianti Muzdalifah, M.Psi, Psikolog selaku dosen pembimbing yang telah memberikan saran, masukan, maupun kritikan serta doa dan dukungan dalam membimbing peneliti sehingga membantu dan berguna bagi peneliti dalam penyusunan skripsi.
6. Bapak Gumgum Gumelar, M.Si selaku pembimbing akademik yang telah memberikan saran dan petunjuk selama peneliti menempuh studi di Program Studi Psikologi Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Jakarta.
7. Ibu Lussy Dwiutami Wahyuni, M.Pd selaku dosen yang membantu peneliti dalam penyusunan skripsi.

8. Dosen-dosen Program Studi Psikologi Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan ilmu, bimbingan, pengarahan, saran serta dukungan yang berarti kepada peneliti selama penyusunan skripsi ini.
9. Seluruh staf administrasi dan karyawan Program Studi Psikologi Universitas Negeri Jakarta yang telah membantu peneliti dalam proses administrasi selama perkuliahan
10. Ibu Titin Martinah dan Siti Rodyah yang telah membantu dalam pengambilan data penelitian.
11. Kedua Orang tua tercinta Bapak Makhrus dan Ibu Karini yang telah memberikan kasih sayang dan doa terbaik yang tak ternilai dalam hidup peneliti. Peneliti diberikan motivasi yang tiada henti untuk menyelesaikan skripsi.
12. Kakak Tuty Alawiyah dan Azka Maulana selaku saudara kandung yang telah membantu dan memberikan motivasi serta petunjuk untuk menyelesaikan skripsi.
13. Thia Rusbita Palupi yang membantu dan merelawakan waktunya untuk menemani peneliti menyelesaikan skripsi dan membantu dalam membuatkan alur logika pendahuluan.
14. Ala Faradisi selaku teman satu kelompok yang memberikan masukan dan kekurangan dalam menyelesaikan skripsi.
15. Seluruh teman-teman seperjuangan peneliti selama perkuliahan, keluarga besar Reguler B 2012 yang namanya tidak dapat dituliskan satu persatu.

Semoga penelitian ini bermanfaat bagi peneliti maupun bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dibidang psikologi dan bagi pembaca pada umumnya.

Jakarta, Juli 2016

Peneliti,
Ikhwan Taufiq

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PERSEMBAHAN	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Batasan Masalah	7
1.4 Perumusan Masalah	7
1.5 Tujuan Penelitian	7
1.6 Manfaat Penelitian	7
1.6.1 Manfaat Teoritis	7
1.6.2 Manfaat Praktis	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Hakikat Keterikatan Karyawan	9
2.1.1 Definisi Keterikatan Karyawan	9
2.1.2 Kondisi Psikologi dari Keterikatan Karyawan	9
2.1.3 Karyawan berdasarkan Tingkat Keterikatan Karyawan ..	10
2.1.4 Aspek-aspek Keterikatan Karyawan	11
2.1.5 Faktor-faktor yang Menyebabkan Keterikatan Karyawan	12
2.1.6 Keuntungan dari Keterikatan Karyawan	13
2.2 Hakikat Rasa Bangga	14

2.2.1	Definisi Rasa Bangga	14
2.2.2	Aspek-aspek Rasa Bangga	14
2.2.3	Jenis Rasa Bangga	19
2.3	Agen Asuransi	19
2.3.1	<i>Job Description</i> Agen Asuransi	19
2.3.2	<i>Job Role</i> Agen Asuransi	20
2.4	Hubungan Rasa Bangga dengan Keterikatan Karyawan	20
2.5	Kerangka Pemikiran	23
2.6	Hipotesis Penelitian	24
2.7	Hasil Penelitian yang Relevan	24
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	25
3.1	Tipe Penelitian	25
3.2	Identifikasi Dan Operasionalisasi Variabel Penelitian	25
3.2.1	Definisi Konseptual	25
3.2.1.1	Definisi Konseptual Rasa Bangga	25
3.2.1.2	Definisi Konseptual Keterikatan Karyawan	25
3.2.2	Definisi Operasional	26
3.2.2.1	Definisi Operasional Rasa Bangga	26
3.2.2.2	Definisi Operasional Keterikatan Karyawan	26
3.3	Populasi dan Sampel	26
3.3.1	Populasi	26
3.3.2	Sampel	26
3.4	Teknik Pengumpulan Data	27
3.4.1	Skala Rasa Bangga	28
3.4.2	Skala Keterikatan Karyawan	31
3.4.3	Validitas dan Reliabilitas	33
3.4.3.1	Validitas	33
3.4.3.2	Reliabilitas	34
3.4.4	Prosedur Pembuatan dan Uji Coba Instrumen	34
3.4.5	Hasil Uji Coba Kualitas Butir dan Reliabilitas Instrumen	35
3.5	Analisis Data	37
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38
4.1	Gambaran Subyek Penelitian	38
4.1.1	Gambaran Subyek Berdasarkan Usia	38
4.1.2	Gambaran Subyek Berdasarkan Pendidikan	39
4.1.3	Gambaran Subyek Berdasarkan Jenis Kelamin	40
4.1.4	Gambaran subyek Berdasarkan Lama Bekerja	41
4.2	Prosedur Penelitian	42
4.2.1	Persiapan Penelitian	42
4.2.2	Pelaksanaan Penelitian	44
4.3	Hasil Analisis Data Penelitian	44
4.3.1	Data Deskriptif Rasa Bangga	44

4.3.1.1	<i>Kategorisasi Rasa Bangga</i>	46
4.3.2	Data Deskriptif Keterikatan Karyawan	49
4.3.2.1	<i>Kategorisasi Keterikatan Karyawan</i>	50
4.3.3	Uji Normalitas	53
4.3.4	Uji Linearitas	53
4.3.5	Uji Korelasi	54
4.3.6	Analisa Regresi Rasa Bangga Terhadap Keterikatan Karyawan	55
4.3.7	Uji Hipotesis	56
4.4	Pembahasan	58
4.5	Keterbatasan Penelitian	60
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	62
5.1	Kesimpulan	63
5.2	Implikasi	63
5.3	Saran	63
5.3.1	Agen Asuransi	63
5.3.2	Perusahaan	63
5.3.3	Peneliti Selanjutnya	64
	DAFTAR PUSTAKA	65
	LAMPIRAN	71

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Kisi-kisi Instrumen Rasa Bangga Sebelum Uji Coba	30
Tabel 3.2 Kisi-kisi Instrumen Keterikatan Karyawan Sebelum Uji Coba	33
Tabel 3.3 Kaidah Reliabilitas	34
Tabel 3.4 Kisi-kisi Instrumen Rasa Bangga Setelah Uji Coba	36
Tabel 3.5 Kisi-kisi Instrumen Keterikatan Karyawan Setelah Uji Coba	37
Tabel 4.1 Data Distribusi Usia Subyek Penelitian	38
Tabel 4.2 Data Distribusi Latar Belakang Pendidikan Penelitian	39
Tabel 4.3 Data Distribusi Jenis Kelamin Subyek	40
Tabel 4.4 Data Distribusi Lama Bekerja Subyek Penelitian	41
Tabel 4.5 Distribusi Deskriptif Data Rasa Bangga	45
Tabel 4.6 Kategorisasi Skor Rasa Bangga	47
Tabel 4.7 Crosstabs Rasa Bangga Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Tabel 4.8 Crosstabs Rasa Bangga Berdasarkan Pendidikan	47
Tabel 4.9 Crosstabs Rasa Bangga Berdasarkan Lama Bekerja	48
Tabel 4.10 Crosstabs Rasa Bangga Berdasarkan Usia	48
Tabel 4.11 Distribusi Deskriptif Data Keterikatan Karyawan	49
Tabel 4.12 Kategorisasi Skor Keterikatan Karyawan	51
Tabel 4.13 Crosstabs Keterikatan Karyawan Berdasarkan Pendidikan	51
Tabel 4.14 Crosstabs Keterikatan Karyawan Berdasarkan Jenis Kelamin	51
Tabel 4.15 Crosstabs Keterikatan Karyawan Berdasarkan Lama Bekerja	52
Tabel 4.16 Crosstabs Keterikatan Karyawan Berdasarkan Usia	52
Tabel 4.17 Uji Normalitas	53
Tabel 4.18 Uji Linearitas	54
Tabel 4.19 Hasil Korelasi Product Moment	55
Tabel 4.20 Analisis Regresi Rasa Bangga Terhadap Keterikatan Karyawan	55
Tabel 4.21 Persamaan Regresi	56
Tabel 4.22 Uji Signifikansi Keseluruhan	57
Tabel 4.22 Uji Model Summary.....	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Penelitian	23
Gambar 4.1 Data Distribusi Usia Subyek Penelitian	39
Gambar 4.2 Data Distribusi Latar Belakang Pendidikan Subyek Penelitian	40
Gambar 4.3 Data Distribusi Jenis Kelamin Subyek Penelitian	41
Gambar 4.4 Data Distribusi Lamanya Kerja Subyek Penelitian	42
Gambar 4.5 Data Deskriptif Rasa Bangga	46
Gambar 4.6 Data Deskriptif Keterikatan Karyawan	50
Gambar 4.7 Scatter Plot Linearitas	54
Gambar 4.8 Struktur Analisa Regresi Rasa Bangga Terhadap Keterikatan Karyawan	56

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Uji Daya Deskriminasi Aitem Rasa Bangga	71
Lampiran 2. Uji Daya Deskriminasi Aitem Keterikatan Karyawan	72
Lampiran 3. Reliabilitas Instrumen Rasa Bangga	73
Lampiran 4. Reliabilitas Instrumen Keterikatan Karyawan	74
Lampiran 5. Instrumen Uji Coba Rasa Bangga	75
Lampiran 6. Instrumen Uji Coba Keterikatan Karyawan	77
Lampiran 7. Instrumen Final Rasa Bangga	79
Lampiran 8. Instrumen Final Keterikatan Karyawan	81
Lampiran 9. Data Demografis	83
Lampiran 10. Data Deskriptif Rasa Bangga dan Keterikatan Karyawan	87
Lampiran 11. Uji Normalitas	88
Lampiran 12. Uji Linearitas	89
Lampiran 13. Uji Hipotesis	91

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Marketing atau pemasaran pada praktiknya sudah ada sejak peradaban kuno. Konsep *marketing* pada kala itu mempraktikkan ilmu dagang dan secara aktif berkomunikasi persuasif kepada konsumennya. *Marketing* dapat diartikan sebagai aktivitas, serangkaian institusi, dan proses menciptakan, mengomunikasikan, menyampaikan, dan mempertukarkan tawaran yang bernilai bagi pelanggan, klien, mitra, dan masyarakat umum (American Marketing Association, 2016).

Proses *marketing* bermula dari pemenuhan kebutuhan manusia yang kemudian tumbuh menjadi keinginan. Proses dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan manusia inilah yang menjadi konsep *marketing*.

Konsep *marketing* mengalami perkembangan dari masa ke masa yang disebabkan oleh adanya teknologi, inovasi ilmu pengetahuan, dan munculnya industri-industri yang memproduksi sebuah produk. Perubahan yang terjadi bukan hanya terkait teknologi dan ilmu pengetahuan tetapi adanya kompetisi bisnis yang semakin meningkat. Sehingga, fokus *marketing* berubah bermula dari produksi menjadi ke fokus penjualan.

Salah satu industri dibidang jasa *marketing* yang saat ini sedang berkembang yaitu perusahaan asuransi. Perusahaan asuransi merupakan lembaga yang menyediakan berbagai polis asuransi untuk melindungi seseorang atau nasabahnya dari berbagai macam resiko kerugian dengan cara membayar premi secara teratur, perusahaan asuransi bekerja dengan cara menyatukan resiko dari sejumlah pemegang polis asuransi. Polis asuransi dapat diartikan suatu tanda bukti tertulis antara pihak bertanggung (nasabah) dan pihak penanggung (perusahaan asuransi).

Salah satu perusahaan asuransi yang berkembang di Indonesia ialah PT. XYZ. Perusahaan ini merupakan perusahaan jasa keuangan terkemuka di Inggris yang telah berdiri selama lebih dari 167 tahun di industri asuransi jiwa. Perusahaan asuransi ini sendiri berdiri di Indonesia tahun 1995. Sejak peluncuran produk asuransi terkait investasi pertamanya di tahun 1999, PT. XYZ telah menjadi pemimpin pasar di Indonesia. PT. XYZ menyediakan berbagai produk dan layanan yang dirancang untuk memenuhi dan melengkapi setiap kebutuhan keuangan para nasabahnya di Indonesia dengan jumlah 2,5 juta nasabah melalui lebih dari 251.000 tenaga kerja di 394 Kantor Pemasaran Mandiri (KPM) di seluruh Nusantara sampai dengan 31 Desember 2015.

Keberhasilan yang diperoleh PT. XYZ tidak terlepas dari peranan para penjual produk. Penjual produk dalam perusahaan asuransi dapat disebut sebagai agen asuransi. Menurut Undang-Undang Nomor 2 (1992) mendefinisikan agen asuransi sebagai seseorang atau badan hukum yang kegiatannya memberikan jasa dalam memasarkan jasa asuransi untuk dan atas nama penanggung. Agen asuransi bertugas dalam memasarkan produk asuransi seperti benda dan jasa, jiwa, dan raga, kesehatan manusia, tanggung jawab hukum, serta semua kepentingan lainnya yang dapat hilang, rusak, rugi dan atau berkurang nilainya.

Secara umum, *job role* dari agen asuransi yaitu, menjual berbagai jenis produk asuransi dan menyakinkan orang lain untuk membeli produk yang telah ditawarkan; berkomunikasi dengan orang lain yang di luar organisasi ataupun dengan pihak umum, seperti berhadapan dengan masyarakat, membangun, dan mempertahankan hubungan interpersonal dengan nasabah; dan mendapatkan informasi tentang sumber daya keuangan nasabah untuk mendiskusikan produk asuransi yang sesuai dengan kebutuhan nasabah (Onetonline.org).

Sebagai seorang agen asuransi, kegiatan yang wajib dilakukan setiap harinya adalah mencari nasabah. Hal ini tidak dapat dipungkiri bahwa pekerjaan seorang agen asuransi harus berkeliling mencari nasabah secara *door to door* ataupun telepon dan email untuk menawarkan produk asuransi.

Agen asuransi dalam mencari nasabah perlu meningkatkan pengetahuan tentang konsep dan prinsip *marketing* agar tercapai sesuai dengan kebutuhan dan

keinginan nasabah. Seorang agen asuransi juga harus bersaing dengan sesama agen asuransi lainnya, sehingga agen asuransi dituntut menggunakan beberapa cara dalam menjual produk asuransi seperti memanfaatkan hubungan kerabat, internet, dan media iklan sebagai strategi *marketing* dan juga membutuhkan *personal resources* dari agen asuransi.

Keberhasilan dari seorang agen asuransi dalam menawarkan produk asuransi kepada nasabah tidak terlepas dari performa atau juga disebut kinerja. Kinerja yang ditampilkan ditandai sebagai respon positif terhadap pekerjaan yang dilakukan dan perusahaan tempat bekerja. Secara teoritik kinerja atau performa yang ditampilkan diakibatkan oleh keterikatan karyawan yang dimiliki oleh agen asuransi terhadap pekerjaan maupun perusahaan. Hal ini diperkuat oleh Rich (2010) bahwa secara langsung performa karyawan merupakan dampak dari keterikatan karyawan.

Penelitian lain secara lebih lanjut dilakukan oleh *Gallup Organization* pada tahun 2012 yang dilakukan dengan menggunakan meta analisis 263 studi penelitian di 192 organisasi, 49 industri, 34 negara dan berjumlah 1,4 juta karyawan serta 49.928 unit kerja dan menunjukkan bahwa keterikatan karyawan dapat menentukan hasil kinerja karyawan, penilaian *customer*, peningkatan profit dan produktifitas, mengurangi pencurian dan ketidakhadiran, dan meningkatkan kualitas kerja. Penelitian selanjutnya menunjukkan bahwa tingginya keterikatan karyawan dapat mempengaruhi produktifitas yang jauh lebih tinggi dan memiliki komitmen yang tinggi pada perusahaan (Kanexa, 2014).

Keterikatan karyawan sering kali dipandang sebagai kunci untuk memajukan organisasi (Coorporate Leadership Council, 2006; Gallup Management Journal, 2005). Secara lebih lanjut, hasil survei menemukan bahwa 71% keterikatan karyawan dapat membantu mencapai kesuksesan organisasi (Harvard Business School Publishing, 2012). Keterikatan karyawan menjadi faktor penting dan berada pada peringkat ketiga dalam mencapai kesuksesan sebuah organisasi dibawah *customer service* dan *effective communication*.

Macey, dkk (2009) menemukan bahwa 65 perusahaan dalam industri berbeda yang memiliki indeks keterikatan karyawan dapat meningkatkan produktivitas sebesar 25%.

Meskipun, keterikatan karyawan memiliki dampak yang positif terhadap organisasi akan tetapi fakta global menunjukkan bahwa hanya 29% karyawan merasakan keterikatan terhadap pekerjaan dan perusahaannya, sementara 56% merasa tidak ada keterikatan dan 15% secara aktif merasa tidak ada keterikatan (Gallup Management Semiannual Employee Engagement Indeks, 2006).

Indonesia sendiri pada tahun 2012 termasuk ke dalam negara yang memiliki persentase terendah untuk keterikatan karyawan di Asia Tenggara. Karyawan yang terikat sebesar 8%, sementara 77% tidak terikat, dan 15% secara aktif tidak terikat (Gallup Organization, 2012). Hal ini diperkuat dengan adanya studi pendahuluan yang dilakukan pada 20 agen asuransi dengan menggunakan *Gallup Q12 Employee Engagement Survey* menunjukkan bahwa 15% agen asuransi yang terikat, sementara 75% tidak terikat, dan 10% secara aktif tidak terikat. Dengan kata lain bahwa hanya 3 agen asuransi yang memiliki keterikatan karyawan dari 20 agen asuransi yang mengisi survey.

Fakta tersebut cukup serius sebab keterikatan karyawan menandakan bahwa hanya sedikit karyawan yang memiliki perasaan senang maupun perasaan antusias dalam menjalankan pekerjaan, kurangnya inovasi yang diberikan oleh karyawan terhadap pekerjaan maupun perusahaan, dan tidak adanya keinginan untuk memajukan organisasi.

Definisi pertama keterikatan karyawan dalam literatur akademik diperkenalkan oleh Kahn (1990) tentang kondisi psikologis dari *personal engagement* dan *disengagement*. Kahn (1990) mendefinisikan *personal engagement* atau disebut juga dengan keterikatan karyawan ialah karyawan sebagai anggota dari organisasi dalam menjalankan pekerjaan akan mengekspresikan dirinya secara kognitif, fisik, dan emosional. Sementara itu, *personal disengagement* atau disebut juga dengan tidak terikat yang mengacu kepada melepaskan diri dari pekerjaan dan menarik diri serta melakukan *defense* secara fisik, kognitif, atau emosional selama bekerja. Dengan kata

lain individu yang tidak terikat, mereka memisahkan diri dari peran kerja mereka (Kahn, 1990).

Keterikatan karyawan terpusat pada pengalaman psikologis tentang pekerjaan dan konteks kerja. Karyawan akan merasa bermanfaat dan bernilai terhadap peran kerja yang dijalankan. Kondisi ini memberikan dampak terhadap performa karyawan secara fisik, emosi dan kognitif.

Kondisi psikologis yang dirasakan merupakan faktor yang dapat menumbuhkan keterikatan (Khan, 1990). Bukan hanya faktor (*meaningfulness, safety, dan availability*) yang berada dari diri karyawan, namun faktor eksternal juga berperan didalamnya. Carnegie (2012) menemukan bahwa faktor pendorong utama dalam menumbuhkan keterikatan karyawan diantaranya rasa bangga bekerja untuk perusahaan, kepercayaan pada kepemimpinan atasan, dan dukungan atasan. Kanexa (2014) menambahkan bahwa keterikatan karyawan yang dimiliki dapat diprediksi dengan adanya rasa bangga karyawan pada perusahaan.

Rasa bangga dapat menumbuhkan keterikatan karyawan yang berdampak pada penilaian positif karyawan secara kognitif (Macey & Schneider, 2008). Penilaian positif karyawan disebabkan adanya hubungan mendalam yang dirasakan dan menjadi bagian dari perusahaan. Dengan kata lain, rasa bangga dapat berperan dalam menentukan keputusan karyawan terhadap kinerja yang ditampilkan untuk perusahaan (Rich, 2010).

Rasa bangga dapat dikatakan sebagai peningkatan *ego identity* karyawan dengan mengambil nilai atau makna dari suatu prestasi baik dari penilaian sendiri maupun penilaian dari orang lain atau dari identitas kelompok.

Pendapat lain mengatakan bahwa rasa bangga merupakan suatu ungkapan emosional yang menunjukkan bagaimana seseorang mempersepsikan dirinya untuk dikenal oleh orang lain dan adanya nilai kebermanfaatannya (Arnett, dkk, 2002; Boezman & Ellemers, 2008 dalam Soebandono, 2011).

Tracy dan Robbins (2007 dalam Soebandono, 2011) menyatakan bahwa rasa bangga berkaitan erat dengan konsep identitas diri, yakni adanya keselarasan antara jati diri dengan nilai-nilai dan identitas organisasi. Hal ini berkaitan dengan proses

identification, bahwa setiap karyawan menginginkan dirinya dikenal sesuai dengan karakteristik individu yang dimiliki dan di lingkungannya berada. Teori identitas sosial dan kategorisasi diri menegaskan bahwa orang cenderung berfikir bahwa mereka adalah anggota dan bagian dari suatu kelompok atau organisasi (Tajfel & Turner, 1979; Turner, 1987 dalam Robertson & Cooper, 2001). Sehingga, rasa bangga dapat meningkatkan komitmennya terhadap organisasi dan *attachement* secara psikologis pada perusahaan.

Rasa bangga memainkan peran penting dalam motivasi dan perilaku (Bagozzi, dkk, 2016). Motivasi berperan membantu individu dalam mencapai tujuan kerja. Penentuan tujuan kerja akan memberikan dampak yang positif yaitu memiliki keterikatan dan komitmen yang lebih besar untuk berusaha mencapai tujuan-tujuan yang telah ditetapkan ataupun target dari perusahaan. Secara konsisten Carver, dkk (2010) menemukan bahwa individu yang memiliki rasa bangga yang tinggi akan memiliki keterikatan dengan tujuan-tujuan perusahaan yang disebabkan oleh adanya kebermanfaatannya dari pekerjaan yang dikerjakan dan berhubungan dengan *reward responsiveness* yaitu kesenangan dalam mencapai tujuan. Dengan kata lain, rasa bangga memiliki pengaruh terhadap keterikatan dengan memahami arti tujuan yang ingin dicapai dan kecenderungan untuk mencapai tujuan baru setelah mengalami kegagalan.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa terdapat masalah dalam keterikatan karyawan yang dimiliki oleh agen asuransi. Dengan demikian, dibutuhkan rasa bangga agar agen asuransi dapat merasakan makna dari pekerjaan yang dilakukan. Dengan rasa bangga yang dimiliki diharapkan akan berimbas pada keterikatan karyawan. Dari latar belakang yang dijelaskan maka selanjutnya akan dilakukan penelitian untuk membuktikan pengaruh rasa bangga terhadap keterikatan karyawan agen asuransi PT. XYZ.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, maka masalah yang teridentifikasi sebagai berikut:

- 1.2.1 Bagaimana gambaran keterikatan karyawan agen asuransi PT. XYZ?
- 1.2.2 Bagaimana gambaran rasa bangga yang dimiliki oleh agen asuransi PT.XYZ?
- 1.2.3 Apakah terdapat pengaruh rasa bangga dengan keterikatan karyawan agen asuransi PT.XYZ?
- 1.2.4 Bagaimana pengaruh rasa bangga terhadap keterikatan karyawan agen asuransi PT. XYZ?

1.3 Batasan Masalah

Pada penelitian ini peneliti memfokuskan masalah pada pengaruh rasa bangga terhadap keterikatan karyawan agen asuransi PT. XYZ.

1.4 Perumusan Masalah

Untuk memudahkan penelitian, maka perlu dirumuskan masalah apa yang menjadi fokus penelitian. Dalam hal ini, peneliti merumuskan masalah penelitian, yaitu Apakah terdapat pengaruh rasa bangga terhadap keterikatan karyawan agen asuransi PT. XYZ?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

- 1.5.1 Mengetahui pengaruh yang diberikan oleh rasa bangga terhadap keterikatan karyawan agen asuransi PT. XYZ

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat memberikan manfaat teoritis dan perluasan teori di bidang psikologi, yaitu mengenai rasa bangga dan keterikatan karyawan. Selain itu, penelitian ini dapat memperkaya sumber kepustakaan penelitian mengenai psikologi, sehingga hasil penelitian nantinya dapat dijadikan sebagai penunjang untuk bahan penelitian lebih lanjut.

1.6.2 Manfaat Praktis

1.6.2.1 Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat memberikan manfaat dalam meningkatkan rasa bangga dan keterikatan karyawan sehingga dapat merangsang agen asuransi dalam menjalani pekerjaan dengan optimal.

1.6.2.2 Bagi peneliti, penelitian ini dapat dijadikan acuan untuk memahami rasa bangga dan keterikatan karyawan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Hakikat Keterikatan Karyawan

2.1.1 Definisi Keterikatan Karyawan

William Kahn (1990) mendefinisikan keterikatan karyawan ialah anggota dari organisasi yang melaksanakan peran kerja dan mengekspresikan diri secara fisik, kognitif, emosional selama bekerja.

The International Survey Research (ISR) mendefinisikan keterikatan karyawan sebagai suatu proses dimana organisasi meningkatkan komitmen dan kelanjutan dari karyawan untuk mencapai hasil yang maksimal.

Keterikatan karyawan didefinisikan *Human Resources Development* sebagai kognitif, emosional, dan energi dari perilaku karyawan dalam mengarahkan organisasi ke hasil yang positif (Shuck dan Wollard, 2010).

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa keterikatan karyawan adalah karyawan atau individu selama melakukan perannya dalam bekerja penuh dengan gairah serta mengekspresikan diri secara fisik, kognitif, emosional dan memiliki komitmen untuk mencapai hasil yang maksimal.

2.1.2 Kondisi Psikologis dari Keterikatan Karyawan

William Khan (1990) bahwa individu yang terikat akan mengalami tiga kondisi psikologis, *psychological meaningfulness*, *psychological safety*, dan *psychological availability*.

a) *Psychological Meaningfulness*

Psychological meaningfulness melibatkan makna dari pekerjaan yang dilakukan dan menerima saran terhadap kinerjanya dalam peranan yang dilakukan. Individu

merasakan makna dari pekerjaannya dengan merasakan kebermanfaatannya, berguna, dan bernilai.

b) *Psychological Safety*

Merupakan individu menjadi dirinya sendiri tanpa takut mendapatkan konsekuensi negatif yang ditimbulkan dari *self image*, status, atau karir (Khan, 1990). Sistem sosial yang konsisten dan tanpa ada ancaman menumbuhkan perasaan *psychological safety* yang lebih besar.

c) *Psychological Availability*

Psychological availability mengacu pada fisik, emosi, dan *psychological resources* untuk performa dalam peranan individu di organisasi.

2.1.3 Karyawan berdasarkan Tingkat Keterikatan Karyawan

Seorang karyawan yang terikat akan merasa loyal dan peduli dengan masa depan organisasinya. Karyawan tersebut memiliki kesediaan untuk melakukan usaha ekstra demi tercapainya tujuan organisasi untuk tumbuh dan berkembang. Gallup (2006) mengelompokkan 3 jenis karyawan berdasarkan tingkat keterikatan karyawan yaitu:

a) *Engaged*

Karyawan yang terikat adalah bekerja dengan gairah dan memiliki perasaan mendalam dengan organisasi. Karyawan selalu menunjukkan kinerja dengan level yang tinggi dan jauh lebih produktif serta lebih lama bertahan dalam organisasi. Karyawan ini akan bersedia menggunakan kemampuan dan kekuatan mereka dalam bekerja setiap hari dan mengembangkan inovasi agar perusahaan mengalami kesuksesan.

b) *Not Engaged*

Karyawan ini cenderung berkonsentrasi pada tugas-tugas daripada tujuan. Mereka ingin diberitahu apa yang harus dilakukan hanya supaya mereka dapat melakukannya dan mengatakan mereka telah selesai. Mereka fokus pada menyelesaikan tugas daripada mencapai hasil. Karyawan ini cenderung merasa kontribusi mereka sedang diabaikan, dan potensi mereka tidak sedang

dimanfaatkan. Mereka sering merasa seperti ini karena mereka tidak memiliki hubungan yang produktif dengan manajer mereka atau dengan rekan kerja.

c) *Actively Disengaged*

Karyawan tipe ini tidak terkait secara penuh dengan peranan mereka di dalam pekerjaan mereka baik secara emosional, kognitif maupun fisik. Karyawan tidak hanya bahagia di tempat kerja, mereka sibuk menutupi ketidakbahagiaan mereka. Sehari-hari, para pekerja ini menghambat rekan kerja dan jalannya pekerjaan.

2.1.4 Aspek-aspek Keterikatan Karyawan

Shuck dan Reio (2011) menyarankan tiga aspek dari keterikatan karyawan (Christian dkk, 2011, Kahn, 1990, Rich, Lepine, & Crawford, 2010; Shuck, 2011 dalam Shuck dkk, 2014). Ketiga aspek tersebut adalah *cognitive engagement*, *emotional engagement*, dan *physical engagement* (Rich dkk, 2010; Shuck, 2011; Shuck & Wollard, 2010; Wollard & Shuck, 2011; Zigarmi, Nimon, Houston, Witt, & Diehl 2009, 2011, dalam Shuck dkk, 2014).

a) *Cognitive Engagement*

Khan (1990) *cognitive engagement* berasal dari penilaian individu terhadap pekerjaan yang dikerjakan apakah bermakna dan aman (fisik, emosional, dan psikologis) serta apakah memiliki sumber daya yang cukup untuk menyelesaikan tugas yang diberikan atau dalam batas tingkat kemampuan yang diharapkan. Posisi pertama dalam *cognitive engagement* yaitu proses pengambilan keputusan. Pengambilan keputusan berdasarkan dari dukungan organisasi (Rhoades & Eisenberger, 2002 dalam Shuck dkk, 2014). Fungsi pengambilan keputusan adalah murni berdasarkan konteks nilai timbal balik. Rich dkk (2010) menyatakan bahwa bagaimana karyawan menerima suatu organisasi atau individu, seperti atasan menghargai kontribusi mereka dan peduli tentang kebahagiaan mereka dimasa depan. Hal ini sangat penting bahwa penilaian kognitif karyawan terhadap peran kerja merefleksikan tingkat keterikatan individu (Brown & Leigh, 1996; Kahn, 1990; Zigarmi dkk, 2009 dalam Shuck dkk, 2014). Karyawan yang merasa bahwa

pekerjaan mereka penting, mereka didukung dalam pekerjaan mereka, dan *well-being* mereka dianggap maka kemungkinan besar akan memiliki keterikatan.

b) *Emotional Engagement*

Emotional engagement berasal dari kerelaan karyawan yang melibatkan *personal resources* seperti rasa bangga, keyakinan, pengetahuan yang positif. Karyawan yang memiliki *emotional engagement* yang tinggi merasa terhubung dan menjadi bagian dari organisasi (Macey & Scheider, 2008 dalam Shuck dkk, 2014). *Emotional engagement* berkisar pada keyakinan dan persepsi yang dipegang oleh individu-individu yang terikat secara kognitif, dan menentukan bagaimana perasaan dan keyakinan terbentuk, dipengaruhi, diarahkan ke luar, dan dijadikan perilaku. Emosi positif berkembang saat karyawan terlibat dalam perkacakapan dengan manajer. Karyawan dapat memilih pergi ke tempat lain dengan upah yang lebih baik, tetapi ia akan memilih untuk tetap berada di organisasi yang sama, dia bebas mengekspresikan dirinya, seluruh kemampuannya untuk organisasi. Hal ini menunjukkan ciri khas dari keterikatan karyawan. keterikatan karyawan dimulai dari emosional, meskipun yang pertama kali berawal dari kognitif. Hal ini, persepsi afektif merupakan faktor yang berpengaruh yang mengarah ke perilaku nyata dari niat melalui *physical engagement*.

c) *Physical Engagement*

Physical engagement sebagai komponen ketiga dan terakhir. *Physical engagement*, atau perilaku nyata dari keterikatan karyawan dari kognitif dan emosi (Shuck & Reio, 2011 dalam Shuck dkk, 2014). Bagi banyak orang, perilaku atau *physical engagement* (Rich dkk., 2010 dalam Shuck dkk, 2014) dipahami sebagai peningkatan tingkat kinerja (Macey & Schneider, 2008 dalam Shuck dkk, 2014).

2.1.5 Faktor-faktor yang Menyebabkan Keterikatan Karyawan

Penelitian yang menunjukkan presentase karyawan yang terikat dan tidak terikat telah banyak dilakukan. Beberapa studi melihat apa yang benar-benar mendorong keterikatan pada karyawan. Dale Carnegie bekerja sama dengan MSW *research* untuk mempelajari elemen fungsional dan emosional yang mempengaruhi

keterikatan karyawan. Sampel yang representatif berjumlah 1.500 karyawan yang disurvei, mengungkapkan bahwa ada banyak faktor dalam keterikatan karyawan, dan terdapat tiga pendorong utama dalam mempengaruhi keterikatan karyawan (Dale Carnegie, 2012) yaitu;

- a) Hubungan dengan atasan langsung
Karyawan mengatakan bahwa hubungan pribadi dengan atasan langsung mereka adalah kuncinya. Sikap dan tindakan dari atasan dapat meningkatkan keterikatan karyawan atau dapat menciptakan suasana di mana seorang karyawan menjadi tidak terikat.
- b) Percaya pada kepemimpinan atasan
Karyawan percaya pada kemampuan kepemimpinan atasan untuk memimpin perusahaan ke arah yang benar dan terbuka mengkomunikasikan keadaan organisasi adalah kunci dalam mendorong keterikatan karyawan.
- c) Merasa bangga bekerja untuk perusahaan
Faktor yang mendorong keterikatan karyawan, karyawan diperlakukan dengan hormat, nilai-nilai pribadi karyawan direfleksikan dan organisasi peduli tentang bagaimana perasaan mereka.

2.1.6 Keuntungan dari Keterikatan Karyawan

Keuntungan yang didapat dari terikatnya seorang karyawan terhadap pekerjaan dan perusahaan, yaitu;

- a) Karyawan yang terikat akan *stay* atau bertahan dengan perusahaan, dan berkontribusi untuk kesuksesan bisnis atau perusahaan.
- b) Mereka biasanya akan tampil lebih baik dan lebih termotivasi.
- c) Meningkatkan profitabilitas.
- d) Mereka membentuk hubungan emosional dengan perusahaan. Ini dampak sikap mereka terhadap klien perusahaan, dan dengan demikian meningkatkan kepuasan pelanggan dan tingkat layanan.
- e) Membangun gairah, komitmen dan keselarasan dengan strategi organisasi dan tujuan

- f) Meningkatkan kepercayaan karyawan dalam organisasi
- g) Menciptakan rasa loyalitas dalam lingkungan yang kompetitif
- h) Menyediakan lingkungan kerja yang berenergi tinggi
- i) Meningkatkan pertumbuhan bisnis

2.2 Hakikat Rasa Bangga

2.2.1 Definisi Rasa Bangga

Rasa bangga diartikan sebagai *self conscious emotion* yang berkembang saat tujuan telah tercapai dan prestasi yang diperoleh diakui oleh orang lain (APA Dictionary of Psychology, 2015).

Rasa bangga menurut Lewis (1997) adalah prototipe dari *self conscious emotion* yang diraskan dari prestasi individu dan mengevaluasi prestasi yang diraih sebagai sebuah keberhasilan dengan standar dirinya maupun orang lain.

Arnett, dkk (2002 dalam Boezman & Ellemers, 2008) mengemukakan bahwa rasa bangga merupakan suatu ungkapan emosional yang menunjukkan bagaimana seseorang mempersepsikan dirinya untuk dikenal oleh orang lain dan adanya nilai kebermanfaatan.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa rasa bangga dapat dikatakan sebagai peningkatan identitas individu dengan mengambil nilai atau makna dari suatu prestasi yang diraih baik dari penilaian sendiri maupun penilaian dari orang lain atau dari identitas kelompok..

2.2.2 Aspek-aspek Rasa Bangga

Tracy dan Robins (2007) mengungkapkan bahwa aspek-aspek rasa bangga yaitu *accomplished, achieving, confident, fulfilled, productive, selfworth, and successful*.

a) Accomplished

Accomplished merupakan sebuah investasi dari seorang individu bertujuan untuk kepuasan pribadi. *Accomplished* dapat dikatakan sebagai sebuah investasi dari individu yang dilakukan di masa lalu untuk mencapai masa depan yang lebih baik.

Accomplished bersumber dari motivasi intrinsik dan kepuasan dalam proses mencapai tujuan. Individu akan merasakan tujuan yang dicapai sebagai hasil dari kerja keras yang ditampilkan. Individu akan memanfaatkan keterampilan dan kemampuan yang dimiliki untuk mencapai tujuan pribadi dan prestasi kerja.

Accomplished merupakan bagian dari *positive psychology* yang bertujuan mengajarkan individu tentang emosi, kemampuan, pertemanan, makna hidup dan rasa bangga dengan usaha yang dilakukan dan prestasi yang diraih.

Individu dalam menyelesaikan pekerjaan diperlukan *delay gratification*, *self efficacy*, dan keuletan yang mencerminkan tekad dan motivasi. *Accomplished* dikatakan berhasil jika dapat menetapkan tujuan pribadi, upaya langsung dalam menuju tujuan.

Accomplished tergantung pada *intentions* atau setidaknya berkaitan dengan konsep *action plan*. Individu dalam bertindak memiliki sebuah *action plan* yang mencakup serangkaian rencana dari awal hingga akhir demi tercapainya tujuan. *action plan* tidak perlu dinyatakan secara eksplisit, tetapi dapat menentukan tindakan yang sepenuhnya berhasil atau tidak.

Keberhasilan dari *accomplished* meliputi atas upaya atau kekuatan untuk melakukan perilaku yang ditentukan oleh *intention* dan kontrol individu terhadap faktor internal dan eksternal seperti keterampilan, kemampuan, rencana yang bisa diterapkan, waktu dan kesempatan.

b) *Successful*

Berhasil merupakan tujuan sadar setiap individu tetapi pemahaman individu terhadap keberhasilan tidak sama. Individu memiliki kebebasan dalam mendefinisikan keberhasilan tanpa harus mengacu pada standar atau syarat dari masyarakat.

Keberhasilan individu dapat didefinisikan dari *ego orientation* dan *mastery orientation*. Kedua hal itu dapat memahami bagaimana individu menafsirkan dan menanggapi keberhasilan. *Ego orientation* dan *mastery orientation* bertujuan dalam memahami fungsi dan makna dari standar kesuksesan seseorang dan dapat menceminkan motivasi yang dimiliki.

Mastery orientation menjelaskan keberhasilan adalah *self referenced* dan ditandai dengan mencapai tujuan pribadi, penguasaan tugas, dan menunjukkan upaya maksimal dan dedikasi (Smith dan Cumming, 2009 dalam Schwebel, dkk, 2016).

c) *Achieving*

Achieving diasosiasikan dengan pangkat dan jabatan, status atau standar lainnya. *Achieving* merupakan hasil dari proses yang telah dilakukan atau dapat dikatakan *Achieving* merupakan hasil dari *accomplished* atau juga *achievement goal orientation* atau *need of achievement*.

Achievement goal orientation menggunakan 2 tipe tujuan yaitu, *mastery goals* dan *performance goal* (Dweck, 1986; Nicholls, 1984 dalam Elliot & McGregor, 2001). *Mastery goals* berfokus pada perkembangan kompetensi terhadap penguasaan tugas, sebaliknya *performance goal* berfokus pada membandingkan dengan yang lain dan menunjukkan kemampuan.

Achievement goal orientation memiliki konsep *competence* dan *valenced* dalam mengevaluasi *Achieving*. Hal ini dapat mengidentifikasi kebutuhan dari tujuan itu sendiri, upaya atau tenaga yang dikeluarkan untuk hasil yang dicapai, standar *normative* yaitu hasil yang dicapai lebih baik dari yang lain. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa *achieving* meliputi orientasi pembelajaran dan *performance*.

d) *Fulfilled*

Fullfilled dapat dikatakan adanya perasaan terpenuhi atau perasaan puas yang dimiliki oleh individu terhadap pekerjaan. Howell dan Dipboye (1986) memandang perasaan puas sebagai hasil keseluruhan dari derajat suka atau tidak sukanya individu terhadap berbagai aspek dari pekerjaannya. Dengan kata lain, kepuasan mencerminkan sikap individu terhadap pekerjaannya. Pendapat lain menyatakan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan terhadap beberapa aspek dari pekerjaan mencerminkan penimbangan dari dua nilai, yaitu pertentangan yang dipersepsikan antara apa yang diinginkan seorang individu dengan apa yang diterima dan pentingnya apa yang diinginkan individu. Seorang individu akan merasa puas atau tidak puas merupakan sesuatu yang pribadi, tergantung

bagaimana mempersepsikan adanya kesesuaian atau pertentangan antara keinginannya dan hasilnya.

Berdasarkan hal penjelasan diatas bahwa banyak faktor yang telah diteliti sebagai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan seorang karyawan. Faktor tersebut dapat berupa ciri-ciri instrinsik dari pekerjaan yaitu kondisi dari pekerjaan dan ciri-ciri ekstrinsik yaitu gaji, *supervisor* atau atasan, rekan kerja, dan promosi jabatan.

e) *Self-worth*

Self worth theory (Covington, 1992, 1998; Covington & Beery, 1976 dalam Wentzel dan Wigfield, 2009) menempatkan rasa diri di tengah eksistensi manusia, yaitu poros tengah di sekitar individu dalam berkeyakinan, aspirasi, lingkaran tindakan pribadi dan pengambilan makna (Elliot & Covington, 2001 dalam Wentzel dan Wigfield, 2009). Pada dasarnya, *Self-worth* menunjukkan bahwa individu berusaha untuk memberikan makna pada hidup mereka dengan mencari persetujuan dari orang lain.

f) *Confident*

Confident atau dapat disebut juga dengan *self confidence* merupakan persepsi subjektif dari individu dan berfikir tentang kelebihan dan kelemahan mereka. Seorang individu yang memiliki kepercayaan diri dapat membuktikan dirinya sendiri melalui kemampuan yang dimiliki dan prestasi yang diraih. Individu dapat melihat cara yang positif ketika sedang mencapai sesuatu dan memiliki tanggung jawab terhadap pencapaiannya (MEB,2008 dalam Abaci dan Okay, 2013).

Self confidence diartikan individu dapat menentukan sikap mereka dalam menanggapi situasi sosial tertentu (Be'nabou & Tirole, 2002 dalam Chuang, dkk, 2013). Dalam istilah psikologi, *self confidence* adalah aspek dasar dari keadaan mental manusia, dan juga dianggap memainkan peran penting dalam pengambilan keputusan. Pengambil keputusan dengan rasa percaya diri tinggi memiliki lebih banyak *self respect* untuk diri mereka sendiri, memiliki citra diri yang baik, *self worth* yang tinggi, dan optimis dalam kebanyakan situasi.

Dengan demikian bahwa *self confidence* meliputi 2 faktor yaitu berfikir positif menyesuaikan diri dengan situasi sosial. Berfikir positif dapat dikatakan sebagai

kepercayaan yang diyakini bahwa karyawan akan berhasil dalam mencapai target yang telah ditetapkan dan melebihi target serta percaya dengan hasil yang diperoleh. Penyesuaian diri dengan situasi sosial dapat berperan dalam proses komunikasi sehari dan dapat menentukan individu memberikan pendapat atau tidak terkait dengan pekerjaan.

g) *Productive*

Produktifitas meliputi *absenteeism* dan *presenteeism* (Mattke, dkk, 2007 dalam Bustillos, dkk, 2014). *absenteeism* yaitu ketidakhadiran individu di tempat kerja. *Absenteeism* lebih spontan sifatnya dan dengan demikian kurang mungkin mencerminkan ketidakpuasan kerja. Steers dan Rhodes mengembangkan model dari pengaruh terhadap ketidakhadiran. Mereka melihat adanya dua faktor pada perilaku hadir, yaitu motivasi untuk hadir dan kemampuan untuk hadir. Sedangkan, *presenteeism* yaitu individu hadir di tempat kerja dan kehadirannya tidak produktif karena kurangnya motivasi, sakit atau kelebihan beban kerja.

Karyawan yang tidak produktif akan menghindari sebagian dari tanggung jawab pekerjaan mereka, membiarkan pekerjaan menjadi lebih buruk, termasuk misalnya, sering absen, atau datang terlambat, upaya berkurang, kesalahan yang dibuat semakin banyak.

Pada mulanya orang akan berpendapat bahwa produktivitas dapat dinaikkan dengan menaikkan kepuasan kerja. Hasil penelitian tidak mendukung penelitian ini. Hubungan antara produktivitas dan kepuasan kerja sangat kecil. Kenyataan ini sebagian dapat dijelaskan dengan mengatakan bahwa produktifitas dipengaruhi oleh banyak faktor-faktor moderator di samping kepuasan kerja.

Akhir-akhir ini terdapat pandangan bahwa kepuasan kerja mungkin merupakan akibat, dan bukan merupakan sebab dari produktivitas. Lawler dan Porter mengharapkan produktivitas yang tinggi menyebabkan peningkatan dari kepuasan kerja hanya jika tenaga kerja mempersepsikan *reward* dan bonus yang diterima adil dan wajar dan diasosiasikan dengan perfoma yang maksimal.

2.2.3 Jenis Rasa Bangga

Tracy dan Robbins (2007) berpendapat bahwa rasa bangga dapat dikelompokkan menjadi 2 jenis, yaitu *authentic pride* dan *hubristic pride*.

a) *Authentic Pride*

Pandangan Tracy & Robins (2004, 2007) *authentic pride* berasal dari prestasi atau pencapaian tujuan tertentu, dan sering terfokus pada upaya yang dilakukan menuju tujuan itu. Dengan kata lain, dalam pandangan *authentic pride* timbul dari evaluasi diri dari "melakukan" atau usaha yang digunakan untuk mencapai tujuan.

b) *Hubristic Pride*

Hubristic pride terkait bukan dengan keyakinan yang lebih global tentang kemampuan dan kekuatan, sebagaimana tercermin dalam pernyataan seperti "Saya melakukan semuanya dengan baik" atau "Saya secara alami berbakat". Dengan kata lain *hubristic pride* hadir dari evaluasi diri "*being*" (Lewis, 2000; Tangney, Wagner, Fletcher, & Gramzow, 1992 dalam Carver dan Jhonson, 2010).

2.3 Agen Asuransi

Menurut Undang-Undang Nomor 2 (1992) menjelaskan agen asuransi adalah seseorang atau badan hukum yang kegiatannya memberikan jasa dalam memasarkan jasa asuransi untuk dan atas nama penanggung. Agen asuransi bertugas dalam memasarkan produk asuransi seperti benda dan jasa, jiwa, dan raga, kesehatan manusia, tanggung jawab hukum, serta semua kepentingan lainnya yang dapat hilang, rusak, rugi dan atau berkurang nilainya.

2.3.1 *Job Description* Agen Asuransi

Secara umum, *job description* dari agen asuransi menurut onetonline.org sebagai berikut:

- a) Menjual berbagai jenis polis asuransi untuk bisnis dan individu atas nama perusahaan asuransi, termasuk mobil, kehidupan, properti, asuransi kesehatan dan gigi, atau kebijakan khusus, seperti laut, pertanian/tanaman, dan malpraktik medis.

- b) Mewawancarai calon klien untuk memperoleh data tentang sumber daya keuangan dan kebutuhan mereka, kondisi fisik dari orang atau properti untuk diasuransikan, dan bertujuan mendiskusikan cakupan yang ada.
- c) Menghimbau pada pemegang polis untuk menyampaikan dan menjelaskan kebijakan, untuk menganalisis program asuransi dan menyarankan penambahan atau perubahan, atau untuk mengubah penerima manfaat.
- d) Mencari klien baru dan mengembangkan klien dengan jaringan untuk mencari pelanggan baru dan membuat daftar calon klien.
- e) Memastikan bahwa kebijakan persyaratan terpenuhi, termasuk pemeriksaan medis yang diperlukan dan penyelesaian bentuk yang tepat

2.3.2 Job Role Agen Asuransi

Secara umum, *job role* dari agen asuransi menurut onetonline.org sebagai berikut:

- a) Meyakinkan orang lain untuk membeli produk asuransi atau mengubah pikiran atau tindakan mereka.
- b) Berkomunikasi dengan orang di luar organisasi, yang mewakili organisasi untuk pelanggan, masyarakat, pemerintah, dan sumber-sumber eksternal lainnya. Informasi ini dapat ditukar langsung, secara tertulis, atau melalui telepon atau e-mail.
- c) Melayani orang-orang atau berhadapan langsung dengan masyarakat. Ini termasuk melayani pelanggan di restoran dan toko-toko, dan menerima klien atau tamu.
- d) Mengembangkan hubungan kerja yang konstruktif dan kooperatif dengan orang lain, dan menjaga mereka dari waktu ke waktu.
- e) Mengamati, menerima, dan sebaliknya memperoleh informasi dari semua sumber yang relevan untuk mendapatkan informasi.

2.4 Hubungan Rasa Bangga dengan Keterikatan Karyawan

Definisi pertama keterikatan karyawan dalam literatur akademik diperkenalkan oleh Kahn (1990) tentang kondisi psikologis dari *personal engagement* dan

disengagement. Kahn (1990) mendefinisikan *personal engagement* atau disebut juga dengan keterikatan karyawan ialah karyawan sebagai anggota dari organisasi dalam menjalankan pekerjaan akan mengekspresikan dirinya secara kognitif, fisik, dan emosional. Sementara itu, *personal disengagement* atau disebut juga dengan tidak terikat yang mengacu kepada melepaskan diri dari pekerjaan dan menarik diri serta melakukan *defense* secara fisik, kognitif, atau emosional selama bekerja. Dengan kata lain individu yang tidak terikat, mereka memisahkan diri dari peran kerja mereka (Kahn, 1990).

Keterikatan karyawan terpusat pada pengalaman psikologis tentang pekerjaan dan konteks kerja. Karyawan akan merasa bermanfaat dan bernilai terhadap peran kerja yang dijalankan. Kondisi ini memberikan dampak terhadap performa karyawan secara fisik, emosi dan kognitif.

Kondisi psikologis yang dirasakan merupakan faktor yang dapat menumbuhkan keterikatan (Khan, 1990). Bukan hanya faktor (*meaningfulness, safety, dan availability*) yang berada dari diri karyawan, namun faktor eksternal juga berperan didalamnya. Carnegie (2012) menemukan bahwa faktor pendorong utama dalam menumbuhkan keterikatan karyawan diantaranya rasa bangga bekerja untuk perusahaan, kepercayaan pada kepemimpinan atasan, dan dukungan atasan. Kanexa (2014) menambahkan bahwa keterikatan karyawan yang dimiliki dapat diprediksi dengan adanya rasa bangga karyawan pada perusahaan.

Arnett, dkk (2002 dalam Boezman & Ellemers, 2008) mengemukakan bahwa rasa bangga merupakan suatu ungkapan emosional yang menunjukkan bagaimana seseorang mempersepsikan dirinya untuk dikenal oleh orang lain, adanya nilai kebermanfaatan. Katzenback (2003) menegaskan bahwa rasa bangga terhadap suatu organisasi selain didapatkan dari diri individu sendiri juga karena pendapat atau masukan orang lain. Rasa bangga menunjukkan adanya komitmen emosional yang menggambarkan respek dari individu terhadap organisasi. Rasa bangga yang tumbuh akan memperkuat komitmen karyawan terhadap organisasi (Boezemen & Ellemers, 2007), komitmen menentukan niat karyawan *stay* dalam organisasi (Allen & Meyer, 1990; Meyer & Allen, 1991, 1997 dalam Robertson & Cooper, 2001).

Tracy dan Robbins (2007) menyatakan bahwa rasa bangga berkaitan erat dengan konsep identitas diri, ada keselarasan antara jati dirinya sendiri dengan nilai-nilai dan identitas organisasi. Hal ini berkaitan dengan proses *identification*. Setiap individu selalu menginginkan dikenal dan diakui dengan ciri-ciri yang ada pada dirinya dan sesuai dengan kelompok dimana individu tersebut berada (Tracy dan Robbins, 2008).

Teori identitas sosial dan kategorisasi diri menegaskan bahwa orang cenderung berfikir bahwa mereka adalah anggota dan bagian dari suatu kelompok atau organisasi (Tajfel & Turner, 1979; Turner, 1987 dalam Robertson & Cooper, 2001). Selain itu, rasa bangga dan respek yang diterima dapat meningkatkan komitmennya terhadap organisasi (Branscombe, dkk, 2002 dalam Boezmen & Ellemers, 2008) dan respek dalam kelompok kerja meningkatkan *attachment* psikologis dalam kelompok (Boezemen & Ellemers, 2008).

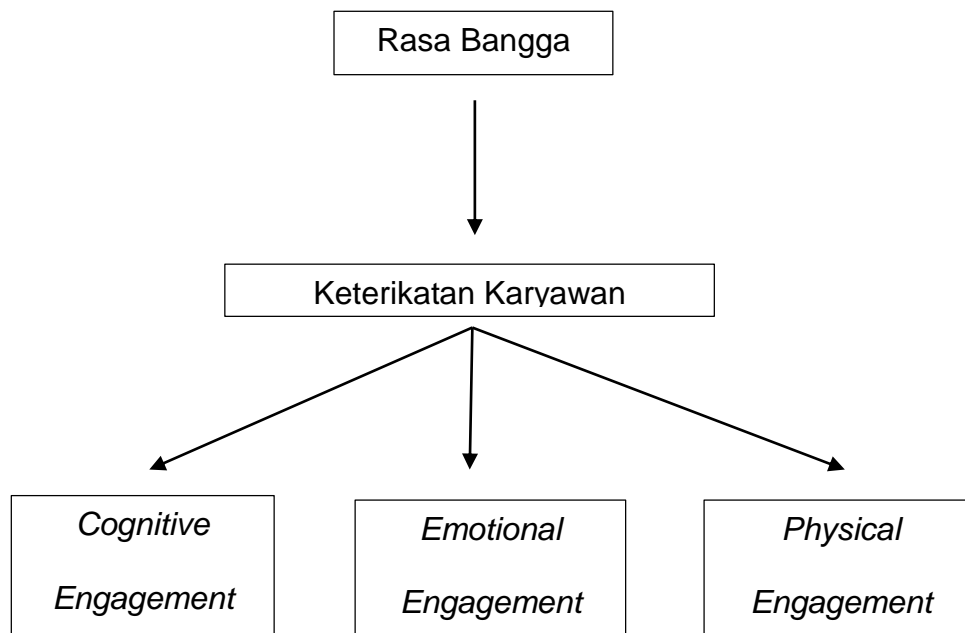
Rasa bangga juga memainkan peran penting dalam motivasi dan perilaku (Bagozzi, dkk, 2016). Motivasi berperan membantu individu dalam mencapai tujuan kerja. Penentuan tujuan kerja akan memberikan dampak yang positif yaitu memiliki keterikatan dan komitmen yang lebih besar untuk berusaha mencapai tujuan-tujuan yang telah ditetapkan ataupun target dari perusahaan. Secara konsisten Carver, dkk (2010) menemukan bahwa individu yang memiliki rasa bangga yang tinggi akan memiliki keterikatan dengan tujuan-tujuan perusahaan maupun tujuan pribadi yang disebabkan oleh adanya kebermanfaatan dari pekerjaan yang dikerjakan dan berhubungan dengan *reward responsiveness* yaitu kesenangan dalam mencapai tujuan. Dengan kata lain, rasa bangga memiliki pengaruh terhadap keterikatan dengan memahami arti tujuan yang ingin dicapai dan kecenderungan untuk mencapai tujuan baru setelah mengalami kegagalan.

Dengan demikian, rasa bangga dapat pengaruh terhadap keterikatan karyawan. Salah satunya adalah profesi agen asuransi melalui nilai kebermanfaatan atau *meaningfulness*. Bukanlah hal mudah bagi seorang agen asuransi dalam menjual dan menawarkan produk asuransi untuk pada calon nasabah. Dapat dikatakan rasa bangga

dan keterikatan karyawan dapat memberikan respon positif dari agen asuransi terhadap pekerjaan maupun perusahaan.

2.5 Kerangka Pemikiran

Kerangka berfikir merupakan sintesa tentang hubungan antar variabel yang disusun dari berbagai teori yang telah dideskripsikan (Sugiyono, 2012). Penelitian ini berdasarkan fenomena yang mulai banyak terjadi pada perusahaan-perusahaan di Indonesia yaitu keterikatan karyawan. Penelitian ini meneliti rasa bangga karyawan untuk menentukan keterikatan terhadap perusahaan, berikut kerangka berfikir penelitian ini:



Gambar 2.1 Kerangka pemikiran penelitian

Rasa bangga pada karyawan dapat menentukan tingkat keterikatan terhadap perusahaan. Rasa bangga dan keterikatan karyawan menunjukkan kepuasan yang dimiliki karyawan dan menciptakan karyawan terikat secara emosi, kognitif dan fisik kepada organisasi/perusahaan.

2.6 Hipotesis Penelitian

Hipotesis dalam penelitian ini yaitu adanya pengaruh rasa bangga terhadap keterikatan karyawan pada agen asuransi PT.XYZ.

2.7 Hasil Penelitian yang Relevan

- 2.7.1 Penelitian yang dilakukan oleh Ologbo C. Andrew, Saudah Sofian (2012) dengan judul “*Individual Factors and Work Outcomes of Employee Engagement*” menunjukkan bahwa perbedaan yang signifikan antara keterikatan kerja dan organisasi dengan dukungan rekan kerja sebagai faktor individu yang mempengaruhi kedua tindakan keterikatan dan hasil kerja.
- 2.7.2 Penelitian yang dilakukan oleh Joni Pasifiano Soebandono (2011) dengan judul “Peran Rasa Bangga, Kepercayaan, Rasa Aman, dan Nilai Kerja Pribadi dalam Keterikatan Kerja Karyawan” menunjukkan bahwa rasa bangga, rasa aman, nilai pribadi dan nilai kerja berpengaruh secara positif dengan signifikan dan berperan sebagai prediktor dari keterikatan kerja. Rasa bangga menunjukkan signifikansi yang paling tinggi terhadap keterikatan kerja.
- 2.7.3 Penelitian yang dilakukan oleh R.P. Bagozzia, F. Belschakb, W. Verbekec, J.C. Gavino Jr. (2016) dengan judul “*Salesperson self-regulation of Pride: Effects on adaptability, effort, and citizenship behaviors between independent-based and interdependent-based cultures*” menunjukkan bahwa rasa bangga dapat membuat karyawan bekerja keras didepan pelanggan, dan menimbulkan efek *citizenship behaviour*.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Tipe Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan tipe penelitian asosiatif kausal. Penelitian asosiatif kausal adalah penelitian yang bertujuan untuk menganalisis hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya atau bagaimana suatu variabel mempengaruhi variabel lain (Sugiyono, 2012). Hubungan yang bersifat sebab-akibat. Jadi ada variabel independen dan variabel dependen. Peneliti menguji satu teori, yaitu keterikatan karyawan.

3.2 Identifikasi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian

Penelitian ini terdapat dua jenis variabel, yaitu variabel terikat dan variabel bebas. Variabel bebas (*independen variable*) merupakan variabel yang mempengaruhi perubahan variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah rasa bangga. Variabel terikat (*dependen variable*) merupakan variabel yang dipengaruhi karena adanya variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah keterikatan karyawan.

3.2.1 Definisi Konseptual

3.2.1.1 Definisi Konseptual Rasa Bangga

Rasa bangga merupakan peningkatan identitas individu dengan mengambil nilai atau makna dari suatu prestasi yang diraih baik dari penilaian sendiri maupun penilaian dari orang lain atau dari identitas kelompok.

3.2.1.2 Definisi Konseptual Keterikatan Karyawan

Keterikatan karyawan dapat diartikan bahwa karyawan mengekspresikan dirinya secara kognitif, emosional dan fisik selama menjalankan peran kerjanya.

3.2.2 Definisi Operasional

3.2.2.1 Definisi Operasional Rasa Bangga

Dalam penelitian ini, rasa bangga yang peneliti ukur yaitu *Authentic Pride Scale* dilihat dari skor instrumen yang diciptakan oleh Jessica L. Tracy dari Universitas British Kolombia dan Richard W. Robbins dari Universitas California. Instrumen ini bertujuan untuk mengukur rasa bangga dilihat dari aspeknya yaitu, *accomplished, successful, achieving, fulfilled, self-worth, confidence, productive*.

3.2.2.2 Definisi Operasional Keterikatan Karyawan

Dalam penelitian ini, keterikatan karyawan dilihat dari skor instrumen *Job Engagement Scale* (JES) yang diciptakan oleh Bruce Louis Rich dari Universitas San Markos California, Jeffrey A. Lepine dan Eean R. Crawford dari Universitas Florida. Instrumen ini bertujuan untuk mengukur keterikatan karyawan dilihat dari aspeknya yaitu, *cognitive engagement, emotional engagement, dan behavioral engagement*.

3.3 Populasi Dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek dengan kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sangadji & Sopiah, 2010). Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah seluruh agen asuransi PT. XYZ yang berjumlah 200.000 agen asuransi seluruh Indonesia.

3.3.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Karena tidak semua data dan informasi populasi akan digunakan, sehingga menggunakan sampel yang mewakili populasi (Sangadji & Sopiah, 2010). Sampel yang representatif berarti menggambarkan populasi, sehingga data dan informasi yang didapatkan dari sampel menggambarkan populasi dan dapat digunakan untuk populasi.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan menggunakan *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sangadji dan Sopiah,

2010). Penelitian ini sampel yang digunakan memiliki karakteristik yaitu sebagai berikut: (1) profesi sebagai agen asuransi PT. XYZ; (2) memiliki sertifikat lisensi sebagai agen asuransi. (3) Karyawan tetap PT. XYZ.

Secara tradisional, statistika menganggap jumlah sampel yang lebih dari 60 responden sudah cukup banyak (Azwar, 2010). Roscoe dalam buku *Research Methods For Business* menyebutkan bahwa ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500 (Sugiyono, 2012). Sehingga, pada penelitian ini didapati sampel berjumlah 75 agen asuransi.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei lapangan yang menggunakan instrumen. Instrumen berisi sejumlah pernyataan tertulis untuk mendapatkan informasi mengenai data pribadi subyek maupun data tentang penelitian. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Job Engagement Scale* berasal dari adaptasi dan modifikasi yang dibuat oleh Bruce Louis Rich, Jeffrey A. Lepine dan Eean R. Crawford (2010) dan *Authentic Pride Scale* yang dikembangkan sendiri dengan mengacu pada teori Tracy dan Robins (2007).

Skala yang digunakan dalam penelitian ini yaitu skala *Likert*. Jawaban setiap butir yang digunakan dalam skala Likert memiliki gradasi jawaban dari sangat tidak sesuai sampai sangat sesuai (Azwar, 2012). Skala Likert pada penelitian ini memiliki empat alternatif jawaban, yaitu sangat tidak sesuai, tidak sesuai, sesuai, dan sangat sesuai.

Proses penelitian dilakukan dengan menyebarkan skala secara langsung kepada sampel, yaitu agen asuransi PT. XYZ yang terletak di Kuningan, Jakarta Selatan. Instrumen penelitian diujicobakan melalui *googleform* dan menyebar instrumen bertujuan mengetahui validitas dan reliabilitas instrumen, kemudian melakukan uji final skala dengan menggunakan responden PT. XYZ.

Data dalam penelitian ini dikumpulkan dengan menggunakan dua skala pengukuran, yaitu skala yang mengukur rasa bangga dan keterikatan karyawan.

3.4.1 Skala Rasa Bangga

Dalam penelitian ini, rasa bangga dilihat dari skor instrumen *Authentic Pride Scale* dari Tracy dan Robbins (2007). Instrumen ini terdiri dari 7 aspek yaitu *accomplished, achieving, successful, productive, self-worth, confidence, fullfilled*. Instrumen terdiri dari 60 aitem *favorable*.

a) *Accomplished*

Keberhasilan dalam mengukur *accomplished* dapat dilihat dari *intention* dan *action plan* (Bratman,1987; Murphy, 2004). Dengan demikian, mengukur *accomplished* meliputi upaya atau kekuatan untuk melakukan perilaku yang ditentukan oleh *intention* dan adanya kontrol individu terhadap faktor internal dan eksternal. Sampel itemnya yaitu “Saya mengetahui keuntungan yang didapat dari pekerjaan”.

b) *Achieving*

Aspek *achieving* menjelaskan bahwa karyawan dapat mencapai tujuan atau target dengan usaha yang dikerahkannya. Aspek ini memfokuskan pada usaha yang dilakukan karyawan dalam mencapai tujuan atau target. Hal ini menandakan bahwa *achieving* berasal dari orientasi karyawan dalam mencapai tujuannya secara pribadi atau target pribadi dengan melihat *mastery orientation* dan *performance orientation*. *Mastery orientation* meliputi mengembangkan diri dalam pekerjaan, berusaha untuk terus belajar, dan memahami secara menyeluruh pekerjaan yang dilakukan. Sedangkan, *performance orientation* meliputi berusaha menjadi yang terbaik dari yang lain, menghindari berkinerja lebih buruk dari yang lain, dan memiliki standar rata-rata untuk hasil yang terbaik. Sampel itemnya yaitu “Saya berusaha menjadi yang terbaik dari yang lain dalam pekerjaan”.

c) *Successful*

Aspek *successful* menandakan bahwa individu mengartikan keberhasilannya dengan cara yang berbeda-beda. Setiap individu memiliki definisi sendiri dalam mengartikan keberhasilannya.

Penelitian yang dilakukan oleh Smith dan Cumming (2009) mendefinisikan *successful* sebagai *self referenced* dan ditandai dengan mencapai tujuan pribadi,

penguasaan tugas atau pekerjaan, menunjukkan upaya maksimal dan memiliki dedikasi.

Dengan demikian, berdasarkan penjelasan diatas bahwa dalam mengukur *successful* meliputi mencapai tujuan pribadi, penguasaan pekerjaan, menunjukkan upaya maksimal dan memiliki dedikasi. Sampel itemnya yaitu “Saya memiliki kekuasaan untuk membuat keputusan di tempat kerja”.

d) *Productive*

Aspek *productive* menjabarkan tentang performa atau kinerja dari karyawan. Keberhasilan dalam mengukur *productive* meliputi *absenteeism* (kehadiran fisik di tempat kerja) dan *presenteeism* (kualitas kinerja, kapasitas kinerja dan *person factor*) (Mattke, dkk, 2007). Sampel itemnya yaitu ”Saya menghabiskan banyak waktu dalam menyelesaikan pekerjaan”.

e) *Self Worth*

Self-worth menunjukkan bahwa individu berusaha untuk memberikan makna pada hidup mereka dengan mencari persetujuan dari orang lain.

Penelitian yang dilakukan oleh (Crocker, dkk, 2003) *self worth* meliputi penampilan fisik, mengungguli yang lain dalam kompetisi, kompetensi dalam pekerjaan, menerima pendapat orang lain. Sampel itemnya yaitu “Saya merasa berharga saat tampil lebih baik daripada orang lain”.

f) *Confident*

Confident atau dapat disebut juga dengan *self confidence* merupakan persepsi subjektif dari individu dan berfikir tentang kemampuan dan kelemahan mereka. *Self confidence* dapat diukur dengan cara 2 faktor yaitu faktor internal (berfikir positif) dan faktor eksternal (menyesuaikan diri dengan situasi sosial). Sampel itemnya yaitu “Saya yakin hasil pekerjaan sesuai dengan yang diharapkan”.

g) *Fullfiled*

Howell dan Dipboye (1986) memandang kepuasan sebagai hasil keseluruhan dari derajat suka atau tidak sukanya individu terhadap berbagai aspek dari pekerjaannya. Dengan kata lain kepuasan mencerminkan sikap individu terhadap pekerjaannya.

Banyak faktor yang telah diteliti sebagai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan seorang karyawan. Faktor tersebut dapat berupa ciri-ciri instrinsik dari pekerjaan, gaji, dan promosi. Sampel aitemnya yaitu “Saya dibayar sesuai dengan pekerjaan yang dilakukan”.

Berdasarkan penjelasan bahwa dapat dilihat kisi-kisi instrumen rasa bangga sebelum uji coba dapat dilihat pada tabel 3.1 berikut:

Tabel 3.1 Kisi-kisi Instrumen Rasa Bangga Sebelum Uji Coba

No.	Aspek	Indikator	Butir <i>Favorable</i>	Total
1	Accomplished	Melakukan perilaku sesuai dengan tujuan	1,4,7	3
		Mengontrol faktor internal	3,6,8	3
		Mengontrol faktor eksternal	2,5,9	3
2	Achieving	Berorientasi terhadap Pembelajaran	25,27,29	3
		Berorientasi terhadap kemampuan	26,28,30	3
		Mencapai tujuan pribadi	50,54,58	3
		Menguasai Pekerjaan	51,55,59	3
3	Successful	Menunjukkan upaya maksimal dalam pekerjaan	52,56,60	3
		Memiliki dedikasi dalam pekerjaan	49,53,57	3
		Ketidakhadiran fisik di tempat kerja	16,19,22	3
4	Productive	Mengabaikan kualitas kerja	17,20,23	3
		Mengabaikan kapasitas kinerja	18,21,24	3
		Memperhatikan penampilan dalam pekerjaan	31,34,37	3
5	Self-worth	Melakukan persaingan dalam pekerjaan	33,35,37	3
		Memperhatikan kompetensi dalam pekerjaan	32,36,39	3
6	Confident	Berfikir positif dalam pekerjaan	10,12,15	3
		Menyesuaikan diri dengan situasi sosial	11,13,14	3
		Memperhatikan gaji yang diterima	41,43,47	3
7	Fullfilled	Memiliki peluang kenaikan jabatan	42,44,48	3
		Menikmati kondisi pekerjaan di tempat kerja	40,45,46	3
Total			60	60

3.4.2 Skala Keterikatan Karyawan

Instrumen keterikatan karyawan berlandaskan dari *Job Engagement Scale* (JES) yang diciptakan oleh Bruce Louis Rich dari Universitas San Markos California, Jeffrey A. Lepine dan Eean R. Crawford dari Universitas Florida. Rich dkk (2010) membuat instrumen untuk mengukur 3 aspek keterikatan karyawan yang sedemikian rupa sehingga ketiga aspek tersebut akan mencerminkan keterikatan terhadap pekerjaan. Tujuan kami adalah untuk mengukur tiga aspek keterikatan sedemikian rupa bahwa kesamaan aspek-aspek memadai akan mencerminkan keterikatan terhadap pekerjaan.

Penelitian yang pernah dilakukan oleh Bruce Louis Rich Jeffrey A. Lepine dan Eean R. Crawford berjudul *Job Engagement: Antecedents And Effects On Job Performance* pada tahun 2010. Pada penelitian ini, Rich dkk menggunakan 245 pemadam kebakaran sebagai sampel.

Salah satu penelitian terbaru yang menggunakan *Job Engagement Scale* adalah penelitian yang dilakukan oleh Megan Wertheimer berjudul *Assessing Predictors of Work Engagement in Full-Time Undergraduate Students with Part-Time Jobs* tahun 2015. Penelitian yang dilakukan Megan menggunakan 74 mahasiswa yang bekerja separuh waktu. Hasil penelitiannya adalah terdapat pengaruh antara dukungan organisasi terhadap keterikatan karyawan.

Penelitian ini peneliti menggunakan *Job Engagement Scale* untuk mengukur keterikatan karyawan. Peneliti melakukan modifikasi pada pilihan jawaban instrumen *Job Engagement Scale* dengan menghilangkan pilihan jawaban agak setuju/agak tidak setuju/ netral. Pilihan jawaban tersebut dihilangkan dengan alasan membutuhkan ketegasan jawaban dari subyek penelitian dan adanya kesamaan dengan pilihan jawaban yang lain karena tidak adanya batasan jawaban dengan pilihan jawaban setuju maupun tidak setuju.

Skala yang digunakan pada instrumen ini adalah skala *Likert* yang terdiri dari 4 pilihan jawaban yaitu Sangat Tidak Sesuai (STS), Tidak Sesuai (TS), Sesuai (S), dan Sangat Sesuai (SS). Instrumen ini terdiri dari pernyataan yang mendukung (*favorable*). Jumlah aitem dalam instrumen sebanyak 18 aitem *favorable*. Instrumen keterikatan

karyawan terdiri dari 3 aspek yaitu, *cognitive engagement*, *emotional engagement*, dan *physical engagement*.

a) *Cognitive Engagement*

Cognitive engagement berasal dari penilaian individu terhadap pekerjaan yang dikerjakan apakah bermakna dan aman (fisik, emosional, dan psikologis) serta apakah memiliki sumber daya yang cukup untuk menyelesaikan tugas yang diberikan atau dalam batas tingkat kemampuan yang diharapkan. Akhirnya, untuk aspek *cognitive engagement*, berawal dari Rothbard (2001) yang meliputi konsentrasi dan *absortion*.

b) *Emotional Engagement*

Emotional engagement berasal dari kerelaan karyawan yang melibatkan *personal resources* seperti rasa bangga, keyakinan, pengetahuan yang positif. Dalam mengukur aspek emosional, berasal dari penelitian Russell dan Barrett (1999) yang meliputi perasaan senang dan antusias.

c) *Physical Engagement*

Physical engagement berasal dari intensitas pekerjaan (Brown and Leighs, 1996).

Berdasarkan penjelasan bahwa dapat dilihat kisi-kisi instrumen keterikatan karyawan sebelum uji coba pada tabel 3.2 dibawah ini.

Tabel 3.2 Kisi-kisi Instrumen Keterikatan Karyawan Sebelum Uji Coba

No.	Aspek	Indikator	Butir <i>Favorable</i>	Total
1	<i>Cognitive Engagement</i>	Larut dalam pekerjaan	1	1
		Memberikan atensi pada pekerjaan	3,8,10,15,18	5
2	<i>Emotional Engagement</i>	Merasa senang di tempat kerja	5,9,14	3
		Merasa antusias dalam pekerjaan	4,12,17	3
3	<i>Physical Engagement</i>	Bersungguh-sungguh dalam pekerjaan	2,6,7,11,13,16	6
Total			18	18

3.4.3 Validitas dan Reliabilitas

3.4.3.1 Validitas

Validitas merujuk pada sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Suatu tes atau instrument pengukur dapat dikatakan mempunyai validitas tinggi apabila alat tersebut mampu mengukur apa yang seharusnya diukur (Sangadji & Sopiah, 2010). Pengecekan validitas instrumen pengukuran dilakukan dengan *expert judgment* yang dilakukan kepada ahli psikologi industri dan organisasi dan ahli alat ukur psikologi.

Uji validitas menggunakan beberapa kriteria Model *Rasch* yang berlaku menurut (Sumintono & Wihiarso, 2014, 2015) antara lain:

- Menggunakan nilai INFIT MNSQ dari setiap aitem dan dibandingkan dengan jumlah S.D dan Mean. Jika nilai INFIT MNSQ lebih besar dari jumlah MEAN dan S.D maka aitem tersebut tidak dapat digunakan.
- Nilai *Outfit Mean Square* (MNSQ) yang diterima: $0.5 < \text{MNSQ} < 1.5$
- Nilai *Outfit Z-Standar* (ZSTD) yang diterima: $-2.0 < \text{ZSTD} < +2.0$
- Nilai *Point Measure Correlation* (PT Mean Corr): $0.4 < \text{Pt measure Corr} < 0.85$

e. Menggunakan *expected score ICC*

Uji validitas yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan kriteria b, c dan d yaitu menggunakan nilai *Outfit Mean Square*, *Outfit Z-Standar*, dan *Point Measure Correlation*. Uji coba instrumen dilakukan pada 36 agen asuransi.

3.4.3.2 Reliabilitas

Sangadji & Sopiah (2010) menjelaskan reliabilitas menyangkut ketepatan alat ukur. Ketepatan alat ukur tersebut harus memenuhi stabilitas dan akurasi, sehingga alat ukur tersebut dapat mengukur secara cermat dan tepat. Kriteria koefisien reliabilitas dapat dilihat pada tabel 3.3 berikut:

Tabel 3.3 Kaidah Reliabilitas

Koefisien Reliabilitas	Kriteria
> 0,8	Bagus Sekali
0,7 – 0,8	Bagus
0,6 – 0,7	Cukup
0,5 – 0,6	Jelek
< 0,5	Buruk

Sumber: Sumintono & Wahyu, 2015

3.4.4 Prosedur Pembuatan dan Uji Coba Instrumen

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Job Engagement Scale* (JES) yang dibuat oleh Bruce Louis Rich, Jeffrey A. Lepine dan Eean R. Crawford (2010) untuk mengukur keterikatan karyawan dan *Authentic Pride Scale* yang dikembangkan sendiri dengan mengacu teori dari Tracy dan Robbins (2007) untuk mengukur rasa bangga. Pertama, penulis menterjemahkan aitem-aitem dari JES yang diperlukan dalam penelitian ini. Proses menterjemahkan aitem-aitem melalui seorang guru bahasa inggris. Kemudian, pada tanggal 11 Mei 2016 melakukan uji keterbacaan instrumen pada 5 karyawan yang berdomisili di Jakarta untuk mengetahui pemahaman

tatanan bahasa instrumen pada karyawan. Setelah mendapatkan data dari uji keterbacaan dan memperbaiki kembali tatanan bahasa yang digunakan.

Setelah dilakukannya uji keterbacaan, langkah selanjutnya yaitu proses *expert judgment* kepada dosen Universitas Negeri Jakarta, pada tanggal 22 Mei 2016. Berdasarkan hasil *expert judgment*, bahwa instrumen harus diperbaiki kembali tatanan bahasa dan memisahkan butir-butir yang memiliki dua ide dalam satu butir.

Pada tanggal 6 Juni 2016, langkah selanjutnya berkonsultasi dengan dosen pembimbing untuk pemilihan subjek yang sesuai dengan variabel penelitian. Setelah berkonsultasi dengan dosen pembimbing, kemudian membuat *google form* dan menyebar instrumen untuk melakukan uji coba instrumen.

Pada tanggal 22 Juni 2016 tahap terakhir yaitu melakukan penyebaran instrumen pengambilan data penelitian di PT XYZ.

3.4.5 Hasil Uji Coba Kualitas Butir dan Reliabilitas Instrumen

3.4.5.1 Hasil Uji Coba Kualitas Butir Instrumen Rasa Bangga

Authentic Pride Scale menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* 0,84 yang berarti instrumen termasuk kriteria bagus sekali. Berdasarkan hasil uji coba kualitas butir dari 60 item yang menggambarkan rasa bangga terdapat 19 item yang gugur, sehingga tidak menggunakan aitem yang gugur tersebut. Berikut adalah kisi-kisi instrumen setelah dilakukannya ujicoba pada tabel 3.4 dibawah ini:

Tabel 3.4 Kisi-kisi Instrumen Rasa Bangga Setelah Uji Coba

No	Aspek	Indikator	Butir <i>Favorable</i>	Total
1	<i>Accomplished</i>	Melakukan perilaku sesuai dengan tujuan	1,4,7	3
		Mengontrol faktor internal	3,6	2
		Mengontrol faktor eksternal	2,5,8	3
2	<i>Achieving</i>	Berorientasi terhadap Pembelajaran	20,21,23	3
		Berorientasi terhadap kemampuan	22,24	2
		Mencapai tujuan pribadi	39	1
3	<i>Successful</i>	Menguasai Pekerjaan	37,40,	2
		Menunjukkan upaya maksimal	38,41	2
		Memiliki dedikasi dalam pekerjaan	36	1
4	<i>Productive</i>	Ketidakhadiran fisik di tempat kerja	16	1
		Mengabaikan kualitas kerja	14,17,19	3
		Mengabaikan kapasitas kinerja	15,18	2
5	<i>Self-worth</i>	Memperhatikan penampilan	25,30,	2
		Melakukan persaingan	27,29	2
		Memperhatikan kompetensi	26,28,31	3
6	<i>Confident</i>	Berfikir positif	9,11	2
		Menyesuaikan diri dengan situasi sosial	10,12,13	3
7	<i>Fullfilled</i>	Memperhatikan gaji yang diterima	32,34	2
		Memiliki peluang kenaikan jabatan	33,35	2
Total			41	41

3.4.5.2 Hasil Uji Coba Kualitas Butir Instrumen Keterikatan Karyawan

Job Engagement Scale menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* 0,83 yang berarti instrumen termasuk kriteria bagus sekali. Berdasarkan hasil uji coba kualitas butir terhadap dari 18 item yang menggambarkan keterikatan karyawan tidak terdapat item yang gugur, sehingga menggunakan aitem yang sama dengan sebelumnya.

Berikut adalah kisi-kisi instrumen setelah dilakukannya ujicoba pada tabel 3.5 dibawah ini:

Tabel 3.5 Kisi-kisi Instrumen Keterikatan Karyawan Setelah Uji Coba

No.	Aspek	Indikator	Butir <i>Favorable</i>	Total
1	<i>Cognitive Engagement</i>	Larut dalam pekerjaan	1	1
		Memberikan atensi pada pekerjaan	3,8,10,15,18	5
2	<i>Emotional Engagement</i>	Merasa senang di tempat kerja	5,9,14	3
		Merasa antusias dalam pekerjaan	4,12,17	3
3	<i>Physical Engagement</i>	Bersungguh-sungguh dalam pekerjaan	2,6,7,11,13,16	6
Total			18	18

3.5 Analisis Data

Analisis data yang digunakan menggunakan analisa regresi. Pengujian tersebut digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh rasa bangga terhadap keterikatan karyawan menggunakan model *RASCH* dan pengujian hipotesis menggunakan aplikasi komputer *Statistical Package For Social Science (SPSS) for windows release 16.0*.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Subyek Penelitian

Subyek penelitian yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 75 responden. Subyek tersebut dipilih berdasarkan sampel penelitian yaitu agen asuransi PT. XYZ yang memiliki sertifikat lisensi sebagai profesi agensi asuransi. Berikut ini adalah gambaran karakteristik sampel penelitian:

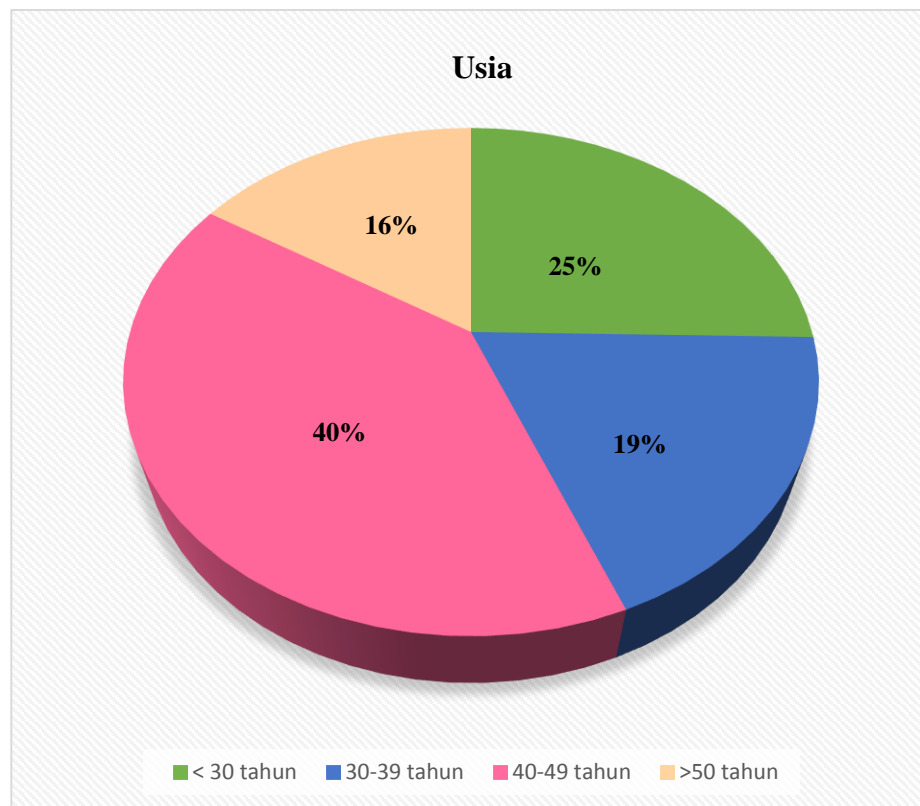
4.1.1 Gambaran Subyek Berdasarkan Usia

Berikut gambaran responden terbagi berdasarkan usia. Dapat dilihat pada tabel 4.1 berikut:

Tabel 4.1 Data Distribusi Usia Subyek Penelitian

Usia	Jumlah	Persentase
<30 tahun	19	25,3%
30-39 tahun	14	18,6%
40-49 tahun	30	40%
>50 tahun	12	16%
Jumlah	75	100%

Berdasarkan tabel 4.1 dapat diketahui bahwa jumlah subyek penelitian sebanyak 75 terdiri atas 19 orang (25,3%) berusia dibawah 30 tahun, 14 (18,6%) orang berusia diantara 30 sampai 39 tahun, 30 (40%) orang berusia diantara 40 sampai 49 tahun dan 12 (16%) orang berusia diatas 50 tahun. Jika digambarkan melalui grafik dapat dilihat pada gambar 4.1 berikut:



Gambar 4.1 Data Distribusi Usia Subyek Penelitian

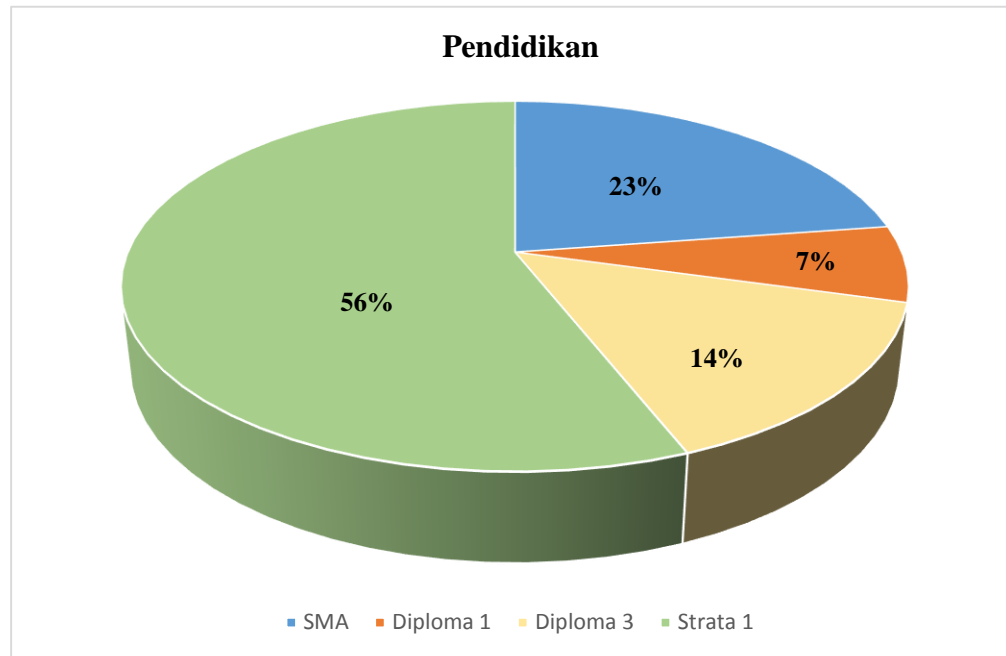
4.1.2 Gambaran Subyek Berdasarkan Pendidikan

Gambaran subyek penelitian yang berdasarkan tingkat pendidikan yang terdiri dari SMA, Diploma 1, Diploma 3 dan Strata 1 (S1). Dapat dilihat pada tabel 4.2 berikut:

Tabel 4.2 Data Distribusi Latar Belakang Pendidikan Penelitian

Pendidikan	Jumlah	Persentase
SMA	17	22,7%
Diploma 1	5	6,7%
Diploma 3	11	14,7%
Strata 1	42	56%
Jumlah	75	100%

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui bahwa jumlah subyek yang berlatar belakang pendidikan SMA berjumlah 17 (22,7%) orang, Diploma 1 berjumlah 5 (6,7%) orang, Diploma 3 berjumlah 11 (14,7%) orang dan Strata 1 (S1) berjumlah 42 (56%) orang. Jika digambarkan dapat dilihat gambar 4.2 berikut:



Gambar 4.2 Data Distribusi Latar Belakang Pendidikan Penelitian

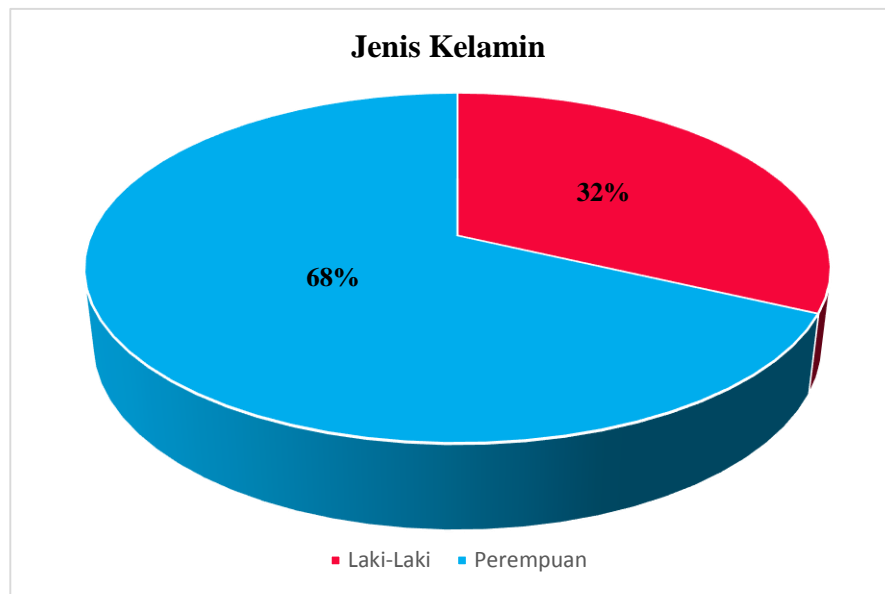
4.1.3 Gambaran Subyek Berdasarkan Jenis Kelamin

Gambaran subyek berdasarkan jenis kelamin. Dapat dilihat dari tabel 4.3 berikut:

Tabel 4.3 Data Distribusi Jenis Kelamin Subyek

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	24	32%
Perempuan	51	68%
Jumlah	75	100%

Berdasarkan tabel 4.3 dapat diketahui bahwa subyek yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 24 (32%) orang dan subyek yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 51 (68%) orang. Jika digambarkan dapat dilihat pada gambar 4.3 berikut:



Gambar 4.3 Data Distribusi Jenis Kelamin Penelitian

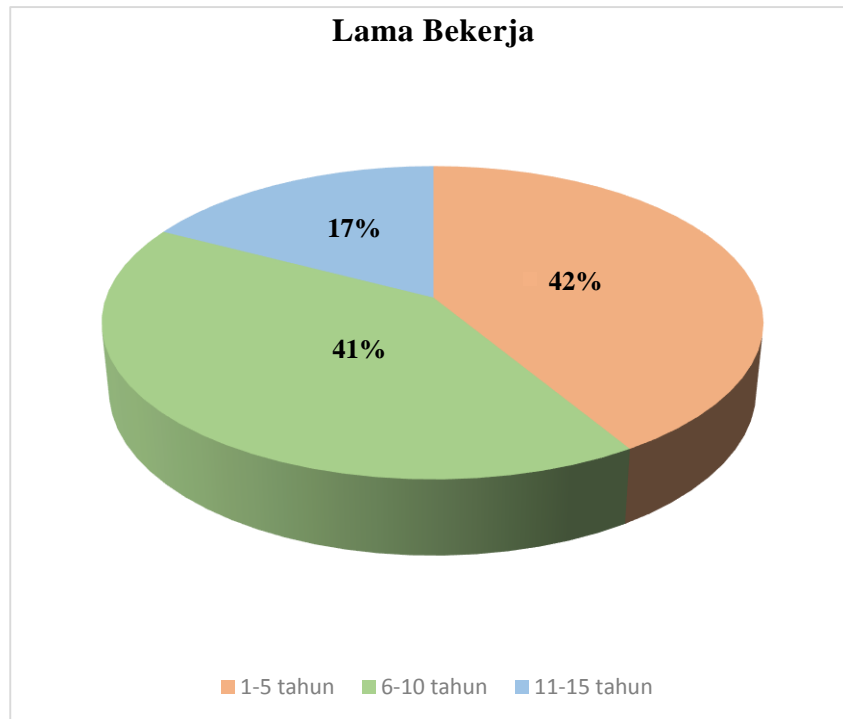
4.1.4 Gambaran subyek Berdasarkan Lama Bekerja

Gambaran subyek penelitian berdasarkan lama bekerjanya sebagai agen asuransi. Dapat dilihat pada tabel 4.4 berikut:

Tabel 4.4 Data Distribusi Lama Bekerja Subyek Penelitian

Lama Bekerja	Jumlah	Persentase
1-5 tahun	31	41,5%
6-10 tahun	31	41,5%
11-15 tahun	13	17%
Jumlah	75	100%

Berdasarkan tabel 4.4 diketahui bahwa lamanya subyek bekerja sebagai agen asuransi dengan durasi 1-5 tahun berjumlah 31 (41,5%) orang, 6-10 tahun berjumlah 31 (41,5%) orang dan 11-15 tahun berjumlah 13 (17%) orang. Jika digambarkan berdasarkan gambar dapat dilihat pada gambar 4.4 berikut:



Gambar 4.4 Data Distribusi Lamanya Kerja Subyek Penelitian

4.2 Prosedur Penelitian

4.2.1 Persiapan Penelitian

Pertama kali melakukan penelitian, peneliti terlebih dahulu mencari fenomena yang terjadi di PT XYZ. PT.XYZ dipilih karena banyak media cetak dan elektronik memberitakan bahwa perusahaan tersebut menjadi yang terbaik dalam kategori asuransi jiwa.

Setelah menemukan fenomena, peneliti mencari sumber-sumber seperti dari media cetak, online, dan lainnya untuk mendukung fenomena yang sedang terjadi. Selanjutnya peneliti menentukan variabel penelitian dari fenomena yang didapat.

Kemudian peneliti melakukan diskusi dengan dosen pembimbing terkait mengenai fenomena yang terjadi dan variabel yang akan diteliti yaitu keterikatan karyawan.

Kemudian peneliti mencari literatur yang berhubungan dengan variabel keterikatan karyawan. Peneliti mencari tahu teori dan faktor yang menyebabkan dari keterikatan karyawan. Selanjutnya peneliti memilih satu variabel yang dijadikan prediktor dari keterikatan karyawan yaitu rasa bangga atau *pride*.

Langkah selanjutnya untuk variabel rasa bangga, peneliti mengembangkan alat ukur sendiri dengan mengacu pada teori Tracy dan Robbins (2007). Alat ukur ini memiliki 7 aspek, yaitu: (1) *accomplished*, (2) *achieving*, (3) *sucessfull*, (4) *productive*, (5) *self worth*, (6) *confident*, (7) *fullfilled*. Selanjutnya untuk variabel keterikatan karyawan peneliti menggunakan literatur jurnal dan mengadaptasi alat ukur *Job Engagement Scale* (JES) yang dibuat oleh Bruce Louis Rich (2010). Alat ukur ini memiliki 3 aspek, yaitu: (1) *cognitive engagement*, (2) *emotional engagement*, (3) *physical engagement*.

Kemudian setelah mendapatkan kedua instrumen peneliti melakukan uji keterbacaan pada kedua alat ukur tersebut. Uji keterbacaan dilakukan pada 5 orang karyawan untuk mengetahui penggunaan bahasa yang tidak sesuai. Setelah melakukan uji keterbacaan peneliti memperbaiki bahasa yang digunakan. Kemudian peneliti melakukan *expert judgment* ke ahli alat ukur dan ahli dalam bidang Psikologi Industri dan Organisasi.

Setelah kedua variabel mendapatkan *expert judgement* peneliti melakukan uji coba kedua alat ukur. Uji coba dilakukan dengan *googleform* dan menyebar langsung. Jumlah responden pada uji coba sebanyak 36 orang dengan total aitem sebanyak 78 aitem yang terdiri dari 60 aitem rasa bangga dan 18 aitem keterikatan karyawan. Setelah itu dilakukan analisa daya diskriminasi aitem dan hasilnya terdapat 41 aitem rasa bangga yang memiliki daya diskriminasi tinggi dan 18 aitem keterikatan karyawan. sehingga terbentuklah instrumen final sebanyak 59 aitem yang terdiri dari 41 aitem rasa bangga dan 18 aitem keterikatan karyawan.

4.2.2 Pelaksanaan Penelitian

Pengambilan data penelitian dilakukan di PT. XTZ yang terletak di Jakarta Selatan. Waktu pengambilan dilaksanakan pada tanggal 22 Juni 2016.

Proses pengambilan data dimulai dengan meminta izin kepada kepala PT.XYZ. Pada tanggal yang sama peneliti mendapatkan jawaban perizinan penelitian dan saat itu juga langsung dilakukan pengambilan data.

Proses pengambilan data dibantu oleh salah satu karyawan PT. XYZ. Pada saat melakukan uji final peneliti tidak secara langsung memberikan instrumen final ke responden melainkan melalui salah satu karyawan. Proses menyebarkan instrumen pada tanggal 22 Juni 2016 dan pengambilan instrumen yang telah diisi tidak bisa diambil dihari yang sama.

Setelah melakukan pengambilan data didapatlah responden sebanyak 75 agen asuransi.

4.3 Hasil Analisis Data Penelitian

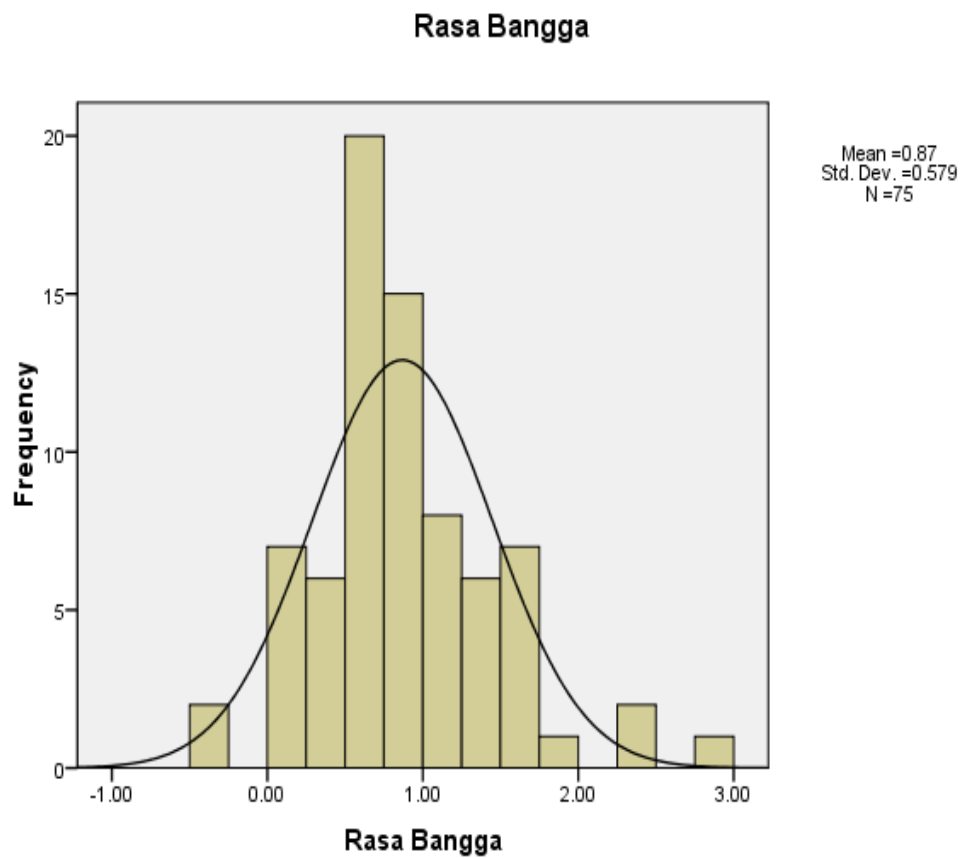
4.3.1 Data Deskriptif Rasa Bangga

Variabel rasa bangga menggunakan alat ukur *Authentic Pride Scale* yang dikembangkan sendiri oleh penulis berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Tracy dan Robinnns (2007). Keseluruhan item setelah dilakukannya uji keterbacaan dan *expert judgment* dan diuji cobakan berjumlah 41 item dan diberikan kepada 75 responden yang tersedia. Dari hasil pengambilan data didapatkan hasil seperti pada tabel 4.5 sebagai berikut.

Tabel 4.5 Distribusi Deskriptif Data Rasa Bangga

Pengukuran	Nilai
Mean	0,87
Median	0,80
Standar Deviasi	0,57
Varians	0,33
Nilai Minimum	-0,50
Nilai Maksimum	2,82

Berdasarkan tabel 4.5 dapat dilihat bahwa variabel rasa bangga memiliki mean 0,87, median 0,80, standar deviasi 0,57, varians 0,33, nilai minimum -0,50 dan nilai maksimum 2,82. Berikut grafik histogram dapat dilihat pada gambar 4.5 berikut:



Gambar 4.5 Data Deskriptif Rasa Bangga

4.3.1.1 Kategorisasi Rasa Bangga

Kategorisasi rasa bangga terdiri dari dua skor kategori yaitu tinggi dan rendah tidak. Pengkategorian dilakukan menggunakan hasil mean dari model *RASCH*. Berikut penjelasan mengenai pembagian kategori skor variabel rasa bangga:

Tinggi, jika : $X < \text{Mean}$
 : $X < 0,87 \text{ logit}$

Rendah, jika : $X \geq \text{Mean}$
 : $X \geq 0,87 \text{ logit}$

Tabel 4.6 Kategorisasi Skor Rasa Bangga

Keterangan	Skor	Frekuensi	Persentase
Rendah	$X < 0,87$ logit	47	62,7%
Tinggi	$X \geq 0,87$ logit	28	37,3%
Total		75	100%

Berdasar tabel 4.6 dapat diketahui bahwa responden yang termasuk kriteria rasa bangga yang rendah berjumlah 47 orang (62,7%) dan yang memiliki rasa bangga yang tinggi berjumlah 28 orang (37,3%).

Tabel 4.7 Crosstabs Rasa Bangga Berdasarkan Jenis Kelamin

	Laki-Laki	Perempuan
Tinggi	9	32
Rendah	15	19

Berdasar tabel 4.7 dapat diketahui bahwa responden yang termasuk kriteria rasa bangga tinggi berdasarkan jenis kelamin laki-laki berjumlah 9 orang dan 19 orang untuk perempuan. Responden yang termasuk kriteria rasa bangga rendah berdasarkan jenis kelamin laki-laki berjumlah 15 orang dan 32 orang untuk perempuan.

Tabel 4.8 Crosstabs Rasa Bangga Berdasarkan Pendidikan

	SMA	Diploma 1	Diploma 3	Strata 1
Tinggi	10	3	2	13
Rendah	7	2	9	29

Berdasar tabel 4.8 dapat diketahui bahwa responden yang termasuk kriteria rasa bangga tinggi berdasarkan latar belakang pendidikan SMA berjumlah 10 orang,

Diploma 1 berjumlah 3 orang, Diploma 3 berjumlah 2 orang dan Srata 1 berjumlah 13 orang. Responden yang termasuk kriteria rasa bangga rendah berdasarkan latar pendidikan SMA berjumlah 7 orang, Diploma 1 berjumlah 2 orang, Diploma 3 berjumlah 9 orang, dan Strata 1 berjumlah 29 orang.

Tabel 4.9 Crosstabs Rasa Bangga Berdasarkan Lama Bekerja

	1-5	6-10	11-15
Tinggi	11	13	4
Rendah	20	18	8

Berdasar tabel 4.9 dapat diketahui bahwa responden yang termasuk kriteria rasa bangga tinggi berdasarkan rentang lamanya bekerja 1-5 tahun berjumlah 11 orang, 6-10 tahun berjumlah 13 orang, dan 11-15 tahun berjumlah 4 orang. Responden yang termasuk kriteria rasa bangga rendah berdasarkan rentang lamanya 1-5 tahun berjumlah 20 orang, 6-10 tahun berjumlah 18 orang, dan 11-15 tahun berjumlah 8 orang.

Tabel 4.10 Crosstabs Rasa Bangga Berdasarkan Usia

	< 30	30-39	40-49	>50
Tinggi	9	3	11	5
Rendah	10	11	19	7

Berdasar tabel 4.10 dapat diketahui bahwa responden yang termasuk kriteria rasa bangga tinggi berusia dibawah 30 tahun berjumlah 9 orang, 31-39 tahun berjumlah 3 orang, 40-49 berjumlah 11 orang, diatas 50 tahun berjumlah 5 orang. Responden yang termasuk kriteria rasa bangga yang rendah berusia dibawah 30 tahun

berjumlah 10 orang, 31-39 tahun berjumlah 11 orang, 40-49 berjumlah 19 orang, dan diatas 50 tahun berjumlah 7 orang.

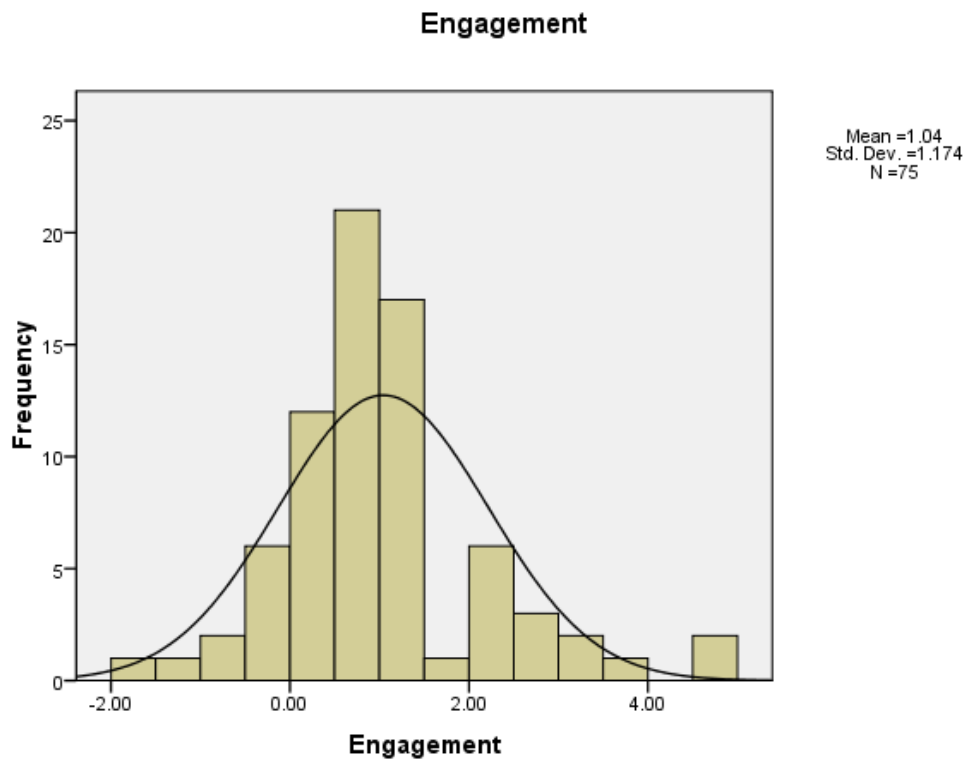
4.3.2 Data Deskriptif Keterikatan Karyawan

Variabel keterikatan karyawan menggunakan alat ukur *Job Engagement Scale* (JES) yang dikembangkan oleh Bruce Louis Rich kemudian diadaptasi menjadi skala final. Keseluruhan aitem berjumlah 18 aitem dan diberikan kepada 75 responden yang tersedia. Dari hasil pengambilan data didapatkan hasil seperti pada tabel 4.7 berikut.

Tabel 4.11 Distribusi Deskriptif Data Keterikatan Karyawan

Pengukuran	Nilai
Mean	1,04
Median	0,91
Standar Deviasi	1,17
Varians	1,37
Nilai Minimum	-1,60
Nilai Maksimum	4,56

Berdasarkan tabel 4.7 dapat dilihat bahwa variabel keterikatan karyawan memiliki mean 1,04, median 0,91, Standar deviasi 1,17, varians 1,37, nilai minimum -1,60, nilai maksimum 4,56. Berikut grafik histogram dapat dilihat pada gambar 4.6.



Gambar 4.6 Data Deskriptif Keterikatan Karyawan

4.3.2.1 Kategorisasi Keterikatan Karyawan

Kategori variabel keterikatan terbagi menjadi dua kategori skor yaitu *personal engagement* dan *personal disengagement*. Sama dengan variabel rasa bangga, kategorisasi dilakukan dengan menggunakan model *RASCH*. Berikut penjelasan mengenai pembagian kategori skor variabel keterikatan karyawan:

Personal Engagement, jika : $X > \text{Mean}$
: $X > 1,04 \text{ logit}$

Personal Disengagement, jika : $X < \text{Mean}$
: $X < 1,04 \text{ Logit}$

Tabel 4.12 Kategorisasi Skor Keterikatan Karyawan

Keterangan	Skor	Frekuensi	Persentase
<i>Personal Engagement</i>	$X > 1,04$ logit	32	57,3%
<i>Personal Disengagement</i>	$X < 1,04$ logit	43	42,7%
Total		75	100%

Berdasar 4.12 dapat diketahui bahwa responden yang termasuk kriteria *personal engagement* berjumlah 32 orang (42,7%), *personal disengagement* berjumlah 43 orang (57,3%).

Tabel 4.13 Crosstabs Keterikatan Karyawan Berdasarkan Pendidikan

	SMA	Diploma 1	Diploma 3	Strata 1
<i>Personal Engagement</i>	7	3	5	17
<i>Personal Disengagement</i>	10	2	6	25

Berdasar tabel 4.13 dapat diketahui bahwa responden yang termasuk kriteria *personal engagement* SMA berjumlah 7 orang, Diploma 1 berjumlah 3 orang, Diploma 3 berjumlah 5 orang, dan Strata 1 berjumlah 17 orang. Sedangkan, responden yang termasuk kriteria *personal disengagement* SMA berjumlah 10 orang, Diploma 1 berjumlah 2 orang, Diploma 3 berjumlah 2 orang, dan Srata 1 berjumlah 25 orang.

Tabel 4.14 Crosstabs Keterikatan Karyawan Berdasarkan Jenis Kelamin

	Laki-Laki	Perempuan
<i>Personal Engagement</i>	12	20
<i>Personal Disengagement</i>	12	31

Berdasar tabel 4.14 dapat diketahui bahwa responden yang termasuk kriteria *personal engagement* berdasarkan jenis kelamin laki-laki berjumlah 12 orang dan perempuan berjumlah 20 orang. Responden yang termasuk kriteria *personal*

disengagement berdasarkan jenis kelamin laki-lai berjumlah 12 orang dan perempuan berjumlah 31 orang.

Tabel 4.15 Crosstabs Keterikatan Karyawan Berdasarkan Lama Bekerja

	1-5	6-10	11-15
<i>Personal Engagement</i>	12	13	7
<i>Personal Disengagement</i>	19	18	6

Berdasar tabel 4.15 dapat diketahui bahwa responden yang termasuk kriteria *personal engagement* berdasarkan lamanya bekerja, yaitu 1-5 tahun berjumlah 12 orang, 6-10 tahun berjumlah 13 orang, 11-15 tahun berjumlah 7 orang. Responden yang termasuk kriteria *personal disengagement* 1-5 tahun berjumlah 19 orang, 6-10 tahun berjumlah 18 orang, dan 11-15 tahun berjumlah 6 orang.

Tabel 4.16 Crosstbas Keterikatan Karyawan Berdasarkan Usia

	< 30	31-39	40-49	>50
<i>Personal Engagement</i>	5	9	12	6
<i>Personal Disengagement</i>	14	5	18	6

Berdasar tabel 4.16 dapat diketahui bahwa responden yang termasuk kriteria *personal engagement* berdasarkan usia dibawah 30 tahun berjumlah 5 orang, 31-39 tahun berjumlah 9 orang, 40-49 tahun berjumlah 12 orang, dan diatas 50 tahun berjumlah 6 orang. Responden yang termasuk kriteria *personal disengagement* berdasarkan usia dibawah 30 tahun berjumlah 14 orang, 31-39 tahun berjumlah 5 orang, 40-49 tahun berjumlah 18 orang, diatas 50 tahun berjumlah 6 orang.

4.3.3 Uji Normalitas

Pada penelitian ini, penghitungan uji normalitas data menggunakan chi square pada variabel rasa bangga dan keterikatan karyawan. Data berdistribusi normal apabila nilai sig (p-value) lebih besar dari taraf signifikansi ($\alpha = 0,05$) atau $p > 0,05$. Hasil pengujian normalitas variabel rasa bangga dan keterikatan karyawan dapat dilihat pada tabel 4.9 berikut:

Tabel 4.17 Uji Normalitas

Variabel	P	α	Interpretasi
Rasa Bangga	0,055	0,05	Berdistribusi normal
Keterikatan Karyawan	1	0,05	Berdistribusi normal

Berdasarkan pada tabel 4.17 dapat dilihat bahwa kedua variabel memiliki sig (p-value) lebih besar daripada taraf signifikansi ($\alpha = 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa variabel rasa bangga dan keterikatan karyawan berdistribusi normal atau normalitas penyebaran data terpenuhi.

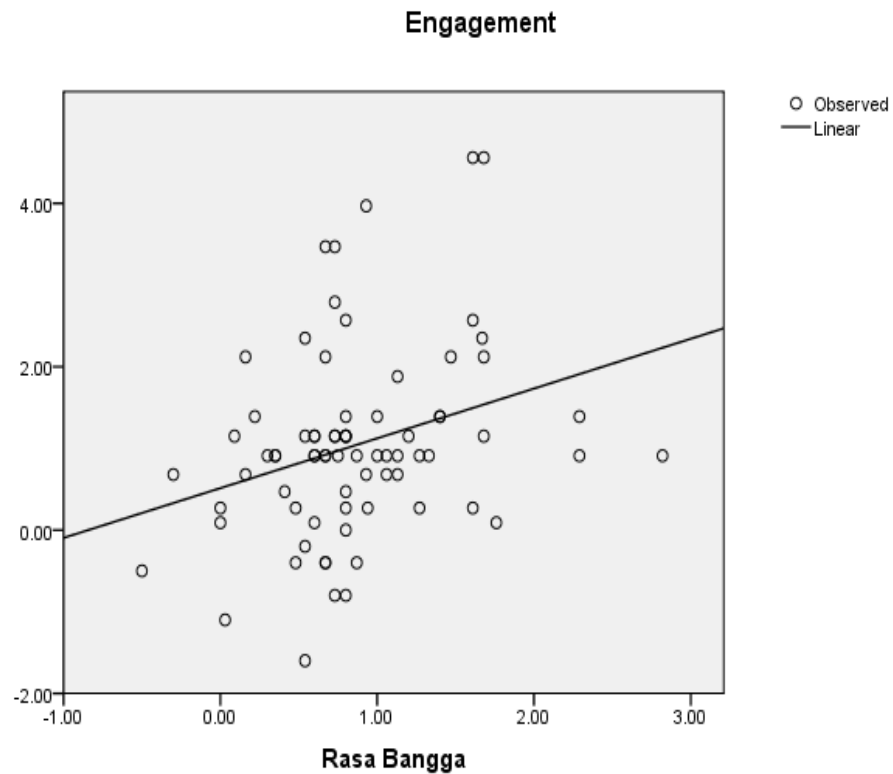
4.3.4 Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk menguji hubungan antara variabel rasa bangga dan keterikatan karyawan tergolong linear atau tidak. Asumsi linearitas harus terpenuhi terutama jika analisa data untuk pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi linear (Rangkuti, 2012). Kedua variabel ini dapat dikatakan memiliki hubungan yang linear apabila nilai $p < \alpha$. Linearitas antar variabel rasa bangga dan keterikatan karyawan dapat dilihat melalui tabel berikut:

Tabel 4.18 Uji Linearitas

Variabel	P	α	Interpretasi
Rasa Bangga	0,009	0,05	Linear
Keterikatan Karyawan			

Berdasarkan tabel 4.18 dapat diketahui variabel penelitian memiliki nilai $p = 0,009$. Artinya nilai p lebih kecil daripada α . Hal ini menunjukkan bahwa variabel rasa bangga dan keterikatan karyawan memiliki hubungan yang linear. Linearitas kedua variabel juga dapat dilihat pada grafik *Scatter Plot* berikut:

**Gambar 4.7 Scatter Plot Linearitas Rasa Bangga dan Keterikatan Karyawan**

4.3.5 Uji Korelasi

Korelasi *pearson product moment* antar variabel rasa bangga dan keterikatan karyawan memiliki koefisiensi korelasi 0,301 dengan nilai $p = 0,009$. Nilai p lebih

kecil daripada $\alpha = 0,05$, artinya terdapat korelasi yang signifikan antara variabel rasa bangga dengan keterikatan karyawan.

Tabel 4.19 Hasil Korelasi Product Moment

Variabel	P	α	Interpretasi
Rasa Bangga Keterikatan Karyawan	0,009	0,05	Terdapat hubungan yang signifikan

4.3.6 Analisa Regresi Rasa Bangga dengan Keterikatan Karyawan

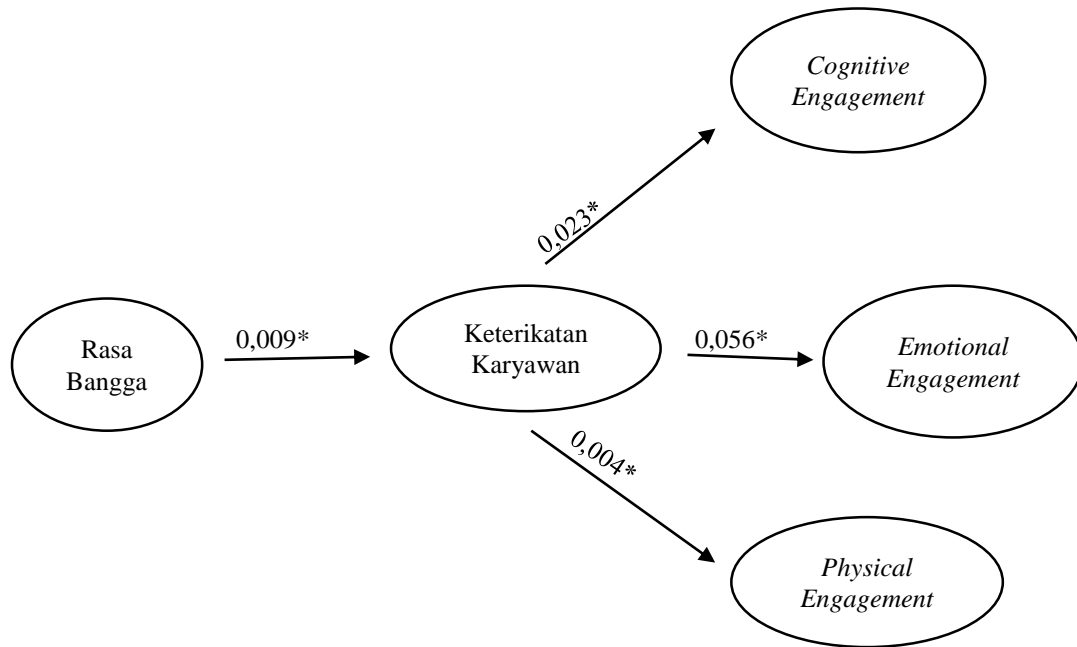
Analisis regresi bertujuan untuk mengetahui tujuan-tujuan penelitian yang belum tercapai dengan hasil korelasi. Analisis regresi tercapai apabila nilai $p < \alpha$ atau $p < 0,05$, seperti pada tabel 4.20 berikut:

Tabel 4.20 Analisa Regresi Rasa Bangga dan Keterikatan Karyawan

	Regresi			
	Job Engagement	Cognitive Engagement	Emotional Engagement	Physical Engagement
Rasa Bangga	0,009*	0,023*	0,056*	0,004*

* $p < 0,05$

Berdasarkan tabel 4.20 dapat diketahui bahwa variabel rasa bangga terhadap keterikatan karyawan memiliki nilai $p = 0,009$. Artinya nilai p lebih kecil daripada α . Hal ini menunjukkan bahwa variabel rasa bangga berpengaruh terhadap keterikatan karyawan. Selain itu, rasa bangga juga berpengaruh terhadap keterikatan karyawan secara kognitif maupun fisik berdasarkan nilai $p < 0,05$. Analisa regresi rasa bangga terhadap keterikatan karyawan juga dapat dilihat dengan gambar berikut:



* $p < 0,05$

Gambar 4.8 Struktur Analisa Regresi Rasa Bangga Terhadap Keterikatan Karyawan

4.3.7 Uji Hipotesis

Dalam penelitian ini pengujian hipotesis menggunakan analisa regresi. Analisa regresi. Analisis regresi bertujuan untuk mengetahui tujuan-tujuan penelitian yang belum tercapai dengan hasil korelasi. Hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah hipotesis alternatif (H_a) yang menyatakan terdapat pengaruh antara rasa bangga terhadap keterikatan karyawan agen asuransi PT. XYZ.

Setelah melakukan uji korelasi dan mendapatkan hasil adanya hubungan yang signifikan antara rasa bangga dengan keterikatan karyawan, langkah selanjutnya dilakukan analisis regresi untuk mengetahui bagaimana hubungan sebab akibat antar variabel dalam penelitian ini. Pengujian hipotesis dilakukan penghitungan dengan analisis regresi satu prediktor dengan menggunakan SPSS. Teknik analisis data dibantu dengan model *RASCH* kemudian hipotesis di uji menggunakan SPSS versi 16.0:

Tabel 4.21 Persamaan Regresi

Model	Koefisiensi
Constant	0,514
Rasa Bangga	0,610

Berdasarkan tabel 4.20 dapat diketahui bahwa konstanta variabel keterikatan karyawan sebesar 0,514 sedangkan koefisiensi regresi rasa bangga sebesar 0,610. Berdasarkan data di atas dapat ditentukan persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 0,514 + 0,610X$$

Arti dari persamaan regresi di atas jika rasa bangga (X) mengalami kenaikan sebesar satu satuan, maka variabel keterikatan karyawan (Y) juga akan mengalami penambahan sebesar 0,610. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa pengaruh rasa bangga terhadap keterikatan karyawan bersifat positif. Kesimpulannya, terdapat pengaruh yang positif rasa bangga terhadap keterikatan karyawan.

Tabel 4.22 Uji Signifikansi Keseluruhan

Model	Df	F	Sig
Regression	1	7,261	0,009 ^a
Residual	73		
Total	74		

a. Predictors: (Constant), Rasa Bangga

b. Dependent Variable: Keterikatan Karyawan

Kriteria Pengujian:

Ho ditolak jika F hitung > F tabel dan nilai p < 0,05

Ho diterima jika F hitung < F tabel dan nilai p > 0,05

Berdasarkan hasil analisis regresi dapat diketahui F hitung sebesar 7,261 dengan nilai p = 0,009. Jika nilai p dibandingkan dengan $\alpha = 0,05$ maka dapat disimpulkan p < α yang artinya hipotesis alternatif (Ha) dalam penelitian ini diterima

dan hipotesis nol (H_0) ditolak. Jika dibandingkan dengan menggunakan F hitung dan F tabel (1:73), hasil F tabel sebesar 3,97 artinya F hitung $>$ F tabel. Kesimpulannya adalah H_a diterima, dengan kata lain terdapat pengaruh antara rasa bangga terhadap keterikatan karyawan agen asuransi PT.XYZ.

Hasil penghitungan korelasi (R) yang diperoleh dari hasil penghitungan adalah 0,301 dan R square sebesar 0,090. Artinya variabel rasa bangga mempengaruhi variabel keterikatan karyawan sebanyak 9% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain diluar rasa bangga. Berikut tabel 4.14 yang menampilkan hasil penghitungan indeks korelasi ganda (R):

Tabel 4.23 Uji Model Summary

R	R Square
0,301 ^a	0,090

a. Predictors: (Constant), Rasa bangga

4.4 Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dari analisis regresi menunjukkan bahwa H_a diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara rasa bangga dan keterikatan karyawan. Dalam penelitian ini rasa bangga dapat mempengaruhi keterikatan karyawan sebanyak 9% sedangkan 91% lainnya dipengaruhi oleh faktor yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pengaruh yang dihasilkan rasa bangga terhadap keterikatan karyawan bersifat positif. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi rasa bangga semakin meningkat keterikatan karyawan pada agen asuransi. Sebaliknya jika menurunnya rasa bangga maka akan diikuti dengan menurunnya juga keterikatan karyawan pada agen asuransi.

Singkatnya, dapat dikatakan bahwa jika agen asuransi memiliki rasa bangga yang tinggi maka juga akan meningkatkan keterikatan karyawan dalam pekerjaan maupun perusahaan. Namun, jika agen asuransi tidak memiliki rasa bangga yang

tinggi maka akan berpengaruh juga dengan menurunnya keterikatan agen asuransi terhadap pekerjaan maupun perusahaan.

Secara teoritik rasa bangga memainkan peran penting dalam motivasi dan perilaku individu yang membuat karyawan berkomitmen dan terikat dengan pekerjaan maupun perusahaan. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa aspek dari rasa bangga yang berkaitan dengan motivasi meliputi *accomplished*, *achieving*, *confident*, dan *successfull* memiliki hubungan signifikan dengan keterikatan karyawan.

Peranan motivasi akan membantu individu dalam mencapai tujuan kerja. Penentuan tujuan akan memberikan dampak yang positif yaitu memiliki keterikatan dan komitmen yang lebih besar untuk berusaha mencapai tujuan-tujuan yang telah ditetapkan ataupun target dari perusahaan. Secara konsisten Carver, dkk (2010) menemukan bahwa individu yang memiliki rasa bangga yang tinggi akan memiliki keterikatan dengan tujuan-tujuan perusahaan yang disebabkan oleh adanya kebermanfaatan dari pekerjaan yang dikerjakan dan berhubungan dengan *reward responsiveness* yaitu kesenangan dalam mencapai tujuan. Dengan kata lain, rasa bangga memiliki pengaruh terhadap keterikatan dengan memahami arti tujuan yang ingin dicapai dan kecenderungan untuk mencapai tujuan baru setelah mengalami kegagalan.

Keberhasilan yang diperoleh karyawan terhadap standar atau target perusahaan maupun pribadi dapat membuat keterikatan karyawan meningkat. Karyawan akan merasakan kemanfaatan dalam dirinya atas apa yang dicapainya. Hal ini memberikan perasaan positif terhadap karyawan seperti optimisme dan perasaan senang berdampak terhadap komitmen dan keterikatan karyawan yang tinggi.

Pada dasarnya rasa bangga berhubungan dengan berbagai perilaku sosial dan konsep identitas diri, ada keselarasan antara jati dirinya sendiri dengan nilai-nilai dan identitas organisasi. Hal ini mendasari bahwa rasa bangga yang dimiliki individu akan membuatnya terikat dengan dunia luar.

Macey dan Scheider (2008) menemukan bahwa rasa bangga dapat berdampak pada keterikatan karyawan secara emosional. Pengaruh rasa bangga terhadap keterikatan karyawan diasumsikan karena *personal resources* yang dimiliki oleh

karyawan berdampak adanya perasaan berhubungan dan menjadi bagian dari organisasi. Karyawan menginginkan dirinya dikenal sesuai dengan karakteristik yang dipunyai, dan di lingkungan dia berada. Sehingga, karyawan merasa memiliki hubungan yang mendalam dan berdampak pada keputusan yang dibuat oleh karyawan dalam berperilaku.

Hasil penelitian ini menemukan bahwa rasa bangga berpengaruh terhadap keterikatan karyawan secara kognitif dan fisik atau *physical*. Hasil penelitian diasumsikan karena adanya *psychological meaningfulness* yang berdampak adanya perasaan berharga dan bernilai dari prestasi yang diraih ataupun pencapaian yang di dapatkan dari pekerjaan dan perusahaan. Karyawan akan merasa memberikan yang lebih kepada rekan kerja dan organisasi. Rasa bangga menunjukkan adanya komitmen emosional yang menggambarkan respek dari individu terhadap organisasi. Hal ini dipengaruhi oleh masukan dari rekan kerja sehingga akan meningkatkan komitmennya terhadap organisasi dan memiliki *attachment* dengan organisasi.

Hasil penelitian juga didukung penelitian sebelumnya oleh Joni Pasifiano Soebandono (2011). Dalam penelitiannya, Soebandono (2011) mencari bagaimana peran rasa bangga, kepercayaan, rasa aman, dan nilai kerja pribadi dalam keterikatan karyawan dan hasilnya rasa bangga menunjukkan signifikansi yang paling tinggi terhadap keterikatan karyawan. Rasa bangga tidak tumbuh secara internal dari dalam karyawan itu sendiri, tetapi ia dipengaruhi oleh faktor eksternal yang berkaitan dengan organisasi perusahaan sebagai faktor *reinforcement*. Salah satu faktor eksternal yaitu reputasi perusahaan sebagaimana dipersepsikan oleh masyarakat dalam bentuk citra, *image* dari perusahaan secara positif, akan meningkatkan rasa bangga karyawan terhadap perusahaannya. Dengan kata lain, karyawan akan bangga memiliki keterikatan terhadap pekerjaan maupun perusahaan berdasarkan reputasi yang dimiliki oleh perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat diketahui besarnya rasa bangga berpengaruh terhadap keterikatan karyawan, yaitu sebesar 9%. Dengan besarnya peranan rasa bangga keterikatan karyawan dapat dijadikan referensi khususnya bagi perusahaan untuk terus dapat meningkatkan rasa bangga agar dapat menciptakan

keterikatan karyawan pada pekerjaan maupun perusahaan, sehingga kinerja karyawan akan meningkat. Jika agen asuransi memiliki keterikatan karyawan tentunya juga dapat meningkatkan kinerja (Rich, 2010).

Pada umumnya hasil penelitian ini juga dapat dijadikan referensi untuk perusahaan-perusahaan lainnya. Salah satu caranya dengan meningkatkan rasa bangga yang dimiliki oleh karyawan terhadap pekerjaan maupun perusahaan. Dengan memiliki rasa bangga yang tinggi karyawan akan memiliki emosi-emosi positif dan dapat menimbulkan respon positif bagi pekerjaan dan perusahaan.

4.5 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian ini umumnya mendukung hipotesis, penelitian ini memiliki keterbatasan yang dapat diatasi oleh penelitian di masa depan. Pertama, sejauh mana hasil penelitian ini akan menggeneralisasi karyawan lain dan pekerjaan. Misalnya sifat fisik pekerjaan yaitu karyawan yang bekerja dengan komputer dan karyawan yang memiliki pekerjaan lapangan. Kedua, terbatasnya teori dari rasa bangga yang hanya dikembangkan oleh Tracy dan Robbins. Ketiga, kesulitan dalam menjelaskan aspek dari rasa bangga yaitu *accomplished*, *achieving*, dan *successful* dan kurangnya referensi teori yang tersedia terkait ketiga hal tersebut. Keempat, sejauh mana hasil ini dapat menggeneralisasi karyawan lain berdasarkan jabatannya. Misalnya seorang Manager dan Staf karyawan. Kelima, Sejauh mana hasilnya dapat menggeneralisasi karyawan lain berdasarkan gaji yang diterima. Keenam, Penelitian ini tidak mengukur konsep keterikatan karyawan dari Khan yaitu *meaningfulness*, *safety*, dan *availability*.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian secara statistik dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan rasa bangga terhadap keterikatan karyawan. Pengaruh yang dihasilkan bersifat positif, yang artinya semakin tinggi rasa bangga agen asuransi, maka semakin meningkat keterikatan karyawan agen asuransi. Dengan kata lain, hasil pengujian statistik penelitian ini adalah H_0 ditolak dan H_a diterima. Rasa bangga dapat berpengaruh terhadap keterikatan karyawan secara kognitif dan fisik. Pengaruh rasa bangga terhadap keterikatan karyawan sebesar 9% dan 91% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5.2 Implikasi

Rasa bangga sebagai faktor penting dalam motivasi dan perilaku karyawan (Bagazzi, dkk, 2016). Hal ini akan membuat karyawan memiliki hubungan dengan *customer* dan dengan rekan kerja. Hal ini dibuktikan dengan penelitian yang dilakukan Beckoff, & Kardes (2009) menemukan bahwa rasa bangga memainkan peran penting dalam *selling behavior*.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa rasa bangga berpengaruh positif terhadap keterikatan karyawan. Dapat diartikan bahwa semakin tingginya rasa bangga, semakin terikatnya karyawan dengan pekerjaan dan perusahaan. Namun sebaliknya, semakin rendah rasa bangga yang dimiliki, semakin tidak terikatnya karyawan dengan pekerjaan dan perusahaan. Rasa bangga diperlukan setiap individu dalam menjalani kehidupannya untuk mengevaluasi segala upaya atau usaha mencapai keberhasilan. Hal ini akan membuat individu menghargai segala upaya yang diberikan dalam mencapai keberhasilan.

Keterikatan karyawan terhadap pekerjaan maupun perusahaan menjadi hal yang penting bagi karyawan dan perusahaan, karena dengan terikatnya seorang karyawan akan membuat dirinya bekerja dengan penuh perasaan senang dan dapat meningkatkan produktifitas serta kinerja karyawan. Dengan itu, karyawan akan lebih dapat menjalani pekerjaannya dengan lebih senang dan menampilkan yang terbaik bagi dirinya maupun perusahaan.

Dalam keterikatan karyawan, rasa bangga akan berperan didalamnya untuk dapat menumbuhkan keterikatan pada karyawan. Jika saja keterikatan karyawan tidak dimiliki oleh setiap karyawan akan ada bentuk respon seperti malas bekerja, berbuat banyak kesalahan, menghambat rekan kerja, dan memberontak pada perusahaan. Disinilah rasa bangga dapat berperan dengan cara merasa senang dengan pekerjaan dan perusahaan tempatnya bekerja.

5.3 Saran

5.3.1 Agen Asuransi

Dengan hasil penelitian ini diharapkan agen asuransi dapat meningkatkan rasa bangga yang dimilikinya terhadap pekerjaannya maupun perusahaan. Agen asuransi dapat meningkatkan rasa bangga agar memiliki keterikatan terhadap pekerjaan maupun perusahaan.

Agen asuransi dapat meningkatkan rasa bangga dengan cara mencapai target yang ditetapkan oleh perusahaan atau sebuah pencapaian keberhasilan sehingga dapat memiliki *psychological meaningfulnes* ketika usaha yang dilakukan berhasil dan tepat sasaran dan reputasi perusahaan dapat dijadikan sebuah *reinforcement* dalam menumbuhkan rasa bangga dan keterikatan karyawan.

5.3.2 Perusahaan

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi baru untuk meningkatkan rasa bangga agen asuransi agar dapat bekerja dengan baik. Dengan hasil penelitian ini juga diharapkan perusahaan dapat membuat kegiatan atau memberikan

sebuah *rewards* yang dapat merangsang peningkatan rasa bangga dan keterikatan karyawan agar dapat menjalani pekerjaan dengan optimal.

5.3.3 Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk melakukan penelitian dengan tema yang sama, diharapkan untuk mencari referensi teori dan jurnal lebih banyak lagi atau temuan-temuan baru yang berkaitan dengan tema dalam penelitian ini dan dapat memperluas ruang lingkup seperti populasi dan faktor lain yang dapat mempengaruhi rasa bangga dan keterikatan karyawan, diharapkan pula untuk mencari kasus yang lebih dalam lagi untuk memperoleh permasalahan lebih dalam pada rasa bangga dan keterikatan karyawan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abaci, R., Buke, O. (2013). A comparison of self confidence levels and personal growth initiative skills between managers and employees. *Social and Behavioral Sciences*, 106, 39-44.
- American Psychological Association. (2015). *APA dictionary of psychology* (2th ed). Washington, DC: APA.
- Andrew, O. C., Saudan, S. (2012). Individual factors and work outcomes of employee engagement. *Social and Behavioral Science*, 40, 498-508.
- Ariyani, M., Fellianti, M., Anna, A. R., Lussy, D., Iriani, I. H. (2016). *Panduan penulisan skripsi*. Jakarta: Universitas Negeri Jakarta.
- Azwar, S. (2012). *Penyusunan skala psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Bagozzi, R. P., F. Belschak., W. Verbeke., J.C. Govino Jr. (2016). Salesperson self-regulation of pride: effects on adaptability, effort, and citizenship behaviors between independent-based and interdependent-based cultures. *Spanish Journal of Marketing*, 1138-1142.
- Bedarkar, M., & Deepikia, P. (2014). A study on the drives of employee engagement impacting employee performance. *Social and Behavioral Science*, 133, 106-115.
- Benschop, Y. (2001). Pride, prejudice and performance: Relations between HRM, diversity and performance. *Human Resource Management*, 12 (7), 1166- 1181.
- Boezemen, EJ. & Ellemers, N. (2008). Pride and respect in volunteers' organizational commitment. *European Journal of Social Psychology Eur*, 38. 159-172.
- Bustillos, A. S., Kris, G. V., Raul, G. C. (2014). Work productivity among adults with varied body mass index: results from a canadian population-based survey. *Journal of Epideminology and Global Health*, 2015 (5), 191-199.
- Carniege, D. (2012). *What drives employee engagement and why it matters*. Paper di presentasikan oleh Dale Carniege & Associates.

- Cheng, J. T., Jessica, L. T., Joseph, H. (2010). Pride, personality, and the evolutionary foundations of human social status. *Evolution and Human Behavior*, 31, 334-347.
- Covington, M. V. (2000). *Goal theory, motivation, and school achievement: an integrative review*. *Annual Reviews*, 51, 171-200.
- Crocker, J., Riia, K. L. (2003). Level of self-esteem and contingencies of self-worth: unique effects on academic, social, and financial problems in college students. *SAGE*, 29, 701.
- Dicke, C., Jake, H., Anne-Marie, K., (2007). *Employee engagement: what do we really know? what do we need to know to take action?*. Center for Advanced Human Resources Studies, Paris, France.
- Drake, T. J., (2012). *Assesing employee engagement: A comparison of the job engagement scale and the utrecht work engagement scale* (Thesis) Department of Psychology Colorado State University, Colorado.
- Elliot, A. J., Holly A. M. (2001). A 2 x 2 achievement goal framework. *Personality and Social Psychology*, 80 (3), 501-519.
- Emond, L. (2014, September 2). An open leeter indonesia's new president. *gallup organization*. <http://www.gallup.com>.
- Fontaine, J. J. R., Klaus, R. S., Cristina, S. (2013). *Components of emotional meaning; a sourcebook*. United Kingdom: Oxford University Press.
- Halkos, G. (2008). *The influence of stress and satisfaction on productivity*. Department of Economics University of Thessaly.
- Khan, W. A. (1990). Psychological conditions of personal engagement and disengagement at work. *Academy of Management Journal*: 33 (4), 692-724.
- Kular, S., Mark, G., Chris, R., Emma, S., Katie, T. (2008). *Employee engagement: a literatur review*. Kingston University: United Kingdom.
- Kusumawardani, A. (2015, Juni 17). Asuransi jiwa: Prudential tumbuh di atas rata rata industri. *Finansial*. Retrieved from <http://finansial.bisnis.com>.
- Lynch, W., William, M. M. (2001). *Measuring employee productivity: a guide to self-assessment tools*. Institute For Health and Productivity Management.

- Mackay, J. (2014). *Employee engagement survey overview*. IBM, Toronto, Ontario.
- Mann, A., & Jim, H. (2016, Januari 7). The worldwide employee engagement crisis. *Gallup Organization*. Retrieved from <http://www.gallup.com>.
- Meyer, J. P. (2008). Employee engagement from a self-determination theory perspective. *Industrial and Organizational Psychology*, 1, 60-62.
- Munandar, A. S. (2001). *Psikologi industri dan organisasi*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Myrick, J. G. (2015). *The role of emotion in preventative health communication*. London: Lexington Books.
- Oney, E., Gizem, O-G. (2015). Confidence: a critical review of the literature and an alternative perspective for general and specific self-confidence. *Psychological Reports: Mental & Pshysical Health*, 116 (1), 149-163.
- Pruss, A. R. (2013). The accomplishment of plans: a new version of the principle of double effect. *Springer Scienci and Business Media*, 165, 49-69.
- Rangkuti, A. A. (2012). *Konsep dan teknik analisa data penelitian kuantitatif bidang psikologi dan pendidikan*. Jakarta: FIP PRESS.
- Rangkuti, A. A., Winda, D. L, Iriani, I. H., Lussy, D. U. (2014). *Penulisan ilmiah dalam psikologi*. Jakarta: Lembaga Pengembangan Pendidikan UNJ.
- Ratanjee, V., & Larry, E. (2013, Desember 17). Why indonesia must engage youger workers. *Gallup organization*. Retrieved from <http://www.gallup.com>.
- Ratanjee, V., & Meiliany, W. (2013, September 17). Why indoneisan needs authentic leaders. *Gallup organization*. Retrieved from <http://www.gallup.com>.
- Rich, B. L., Jefferey, A. L., Eean, R. C. (2010). Job engagement: antecedents and effects on job performance. *Academy of Management Journal*, 53 (3), 617-635.
- Robertson-Smith, G., & Carl, M. (2009). *Employee engagement a review of current thinking*. Institute For Employment Studies:UK.
- Saks, A. M., & Jamie, A. G. (2014). What do we really know about employee engagement. *Human Resource Development Quarterly*, 25(2). DOI: 10.1002/hrdq.21187.

- Salerno, A., Juliano, L., Chris, J. (2015). Pride and regulatory behavior: the influence of appraisal information and self-regulatory goals. *Journal of Consumer Research*, 42.
- Sangadji, E. M., Sopiah. (2010). *Metodologi penelitian*. Yogyakarta: ANDI Yogyakarta.
- Santoso, A. (2010). *Statistik untuk psikologi dari blog menjadi buku*. Yogyakarta: Universitas Sanata dharma.
- Schaufelli, W. B., Arnold, B. B., Marisa, S. (2006). The measurement of work engagement with a short questionnaire. *SAGE*, 66 (4), 701-716.
- Schwebel, F. J., Ronald, E. S., Frank, L. S. (2016). Measurement of perceived parental success standards in sport and relations with athletes' self-esteem, performance anxiety, and achievement goal orientation: comparing parental and coach influences. *Child Development Research*, 2016.
- Sharif, A, F., Jessica, L. T., Joey, T. C., Joseph, H. (2010). *Further thoughts on the evolution of pride's two facets: a response to clark*. Emotion Review, SAGE Publications and The International Society for Research on Emotion.
- Shih-Chieh, C., Yin-Hui, C., Chia-Jung, C., Yu-Thing, C. (2013). The impact of self-confidence on the compromise effect. *International Journal of Psychology*, 48 (4), 660-675.
- Shuck, B., Devon, T., Thomas, G. R Jr., Angie, S. (2014). Human resources development practices and employee engagement: examining the connection with employee turnover intentions. *Human Resource Development Quarterly*, 25 (2).DOI: 10.1002/hrdq.21190.
- Smoll, F. L., Ronald, E. S., Sean, P. C. (2007). Effects of a motivational climate intervention for coaches on changes in young athletes' achievement goal orientations. *Journal of Clinical Sport Psychology*, 1, 23-46.
- Soebandono, J, P. (2011). *Peran rasa bangga, kepercayaan, rasa aman bekerja, dan nilai kerja pribadi dalam keterikatan karyawan* (Disertasi). Fakultas Psikologi Universitas Indonesia, Jakarta.

- Sorenson, S. (2013, Juni 20). How employee engagement drives growth. *Gallup organization*. Retrieved from <http://www.gallup.com>.
- Stanculescu. (2011). The self-conscious emotion of pride as mediator between self-esteem and positive affect. *Social and Behavioral Science*, 33, 263-267.
- Sugiyono. (2012). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumintono, B., Wahyu, W. (2014). *Aplikasi model RASCH untuk penelitian ilmu-ilmu sosial*. Cimahi: Trim Komunikata.
- Sumintono, B., Wahyu, W. (2015). *Aplikasi pemodelan RASCH pada assessment pendidikan*. Cimahi: Trim Komunikata.
- Takawira, N., Melinde, C., Dries, S. (2014). Job embeddedness, work engagement and turnover intention of staff in a higher education institution: an exploratory study. *SA Journal of Human Resources Management*, 12 (1), 524.
- The impact of employee engagement on performance*. (2013). Dalam Harvard Business Review Analytic Services: Harvard Business School Publishing.
- Tracy, J. L., Aaron, C. W., Joey, T. C., Jason, P. M. *Pride: the fundamental emotion of success, power, and status*. In press, Handbook of Positive Emotions, New York.
- Tracy, J. L., Azim, F. S., Joey, T. C. (2010). A naturalist's view of pride. *SAGE Publications and The International Society for Research on Emotion*, 2 (2), 163-177.
- Tracy, J. L., Richard, W. R. *Conceptual and empirica; of the authentic/hubristic model of pride*. Departement of Psychology University of British Columbia.
- Tracy, J. L., Richard, W. R. (2007). Emerging insights into the nature and function of pride. *Association for Psychological Science*, 16 (3).
- Tracy, J. L., Richard, W. R. (2007). The psychological structure of pride: a tale of two facets. *Personality and Social Psychology*, 92 (3), 506-525.
- Tracy, J. L., & Richard, W. R., June, Price Tangney. (2007). *The nature pride*. New York: Guilford Publications.
- Tugade, M. M., Michelle, N. S., Leslie, D. K. (2014). *Handbook of positive emotions*. United States of Amerika: Guilford Press.

- Vance, R. J. (2006). *Employee engagement and commitment*. Society for Human Resources Management: United States of America.
- Vazirani, N. *Employee engagement*. Paper di presentasikan di SIES College Of Management Studies.
- Watson, A. M., Lori, F. T., Adam, W. M. (2007). *Measurement invariance of the job satisfaction survey across work contexts*. Paper dipresentasikan 22 Annual Meeting of the Society for Industrial and Organizational Psychology, New York.
- Weidman, A. C., Jessica, L. T., Andrew, J. E *Is pride a barometer of Success? Informational influence of authentic pride on achievement*.
- Wentzel, K. R., Allan, W. (2009). *Handbook of motivation at school*. New York: Routledge.
- Wertheimer, M. (2015). Assesing predictors of work engagement in full-time undergraduate students with part-time jobs. *Honors Project*: Grand Valley State University, 389.
- West, M. A., & Jeremy, F. D. (2012). *Employee engagement and nhs performance*. Paper di presentasikan oleh The Kings Fund untuk memberikan infomasi dari kepemimpinan di NHS.
- Williams, L. A., David, D. (2008). Pride and perseverance: The motivational role of pride. *Journal of Personality and Social Psychology*, 94, 6, 1007-1017.

Lampiran 1. Uji Daya Diskriminasi Aitem Rasa Bangga

ENTRY NUMBER	TOTAL SCORE	TOTAL COUNT	MEASURE	MODEL S. E.	INFIT		OUTFIT		PT-MEASURE		EXACT OBS%	MATCH EXP%	Item
					MNSQ	ZSTD	MNSQ	ZSTD	CORR.	EXP.			
40	110	36	-.26	.26	2.13	3.6	2.35	4.1	A-.12	.30	47.2	60.0	40
44	74	36	1.80	.23	2.06	4.3	2.06	4.3	B-.16	.34	27.8	47.3	44
47	95	36	.68	.24	1.67	2.5	1.81	2.9	C-.07	.32	44.4	52.3	47
24	80	36	1.49	.23	1.77	3.2	1.80	3.3	D-.08	.34	33.3	47.3	24
16	81	36	1.44	.23	1.45	2.1	1.52	2.3	E-.04	.34	36.1	47.5	16
22	70	35	1.91	.23	1.45	2.1	1.52	2.3	F-.29	.35	51.4	46.9	22
45	76	36	1.70	.23	1.48	2.2	1.50	2.3	G .31	.34	41.7	47.1	45
14	78	36	1.59	.23	1.42	2.0	1.42	2.0	H .24	.34	50.0	47.0	14
19	66	36	2.23	.24	1.34	1.6	1.42	1.9	I-.20	.34	52.8	44.9	19
17	68	36	2.12	.23	1.38	1.8	1.40	1.9	J-.39	.34	47.2	46.1	17
39	100	36	.39	.25	1.31	1.2	1.37	1.4	K .34	.31	44.4	57.1	39
21	72	36	1.91	.23	1.29	1.4	1.35	1.7	L-.29	.34	55.6	46.9	21
28	107	36	-.05	.26	1.20	.8	1.33	1.3	M .01	.30	63.9	59.9	28
4	105	36	.08	.26	1.32	1.3	1.32	1.3	N .49	.30	50.0	59.7	4
37	93	36	.80	.24	1.25	1.1	1.29	1.2	O .21	.32	38.9	50.8	37
11	102	35	.08	.26	1.23	.9	1.27	1.1	P .20	.31	51.4	59.6	11
12	65	36	2.29	.24	1.23	1.1	1.23	1.2	Q-.29	.34	50.0	44.5	12
48	111	36	-.33	.27	1.22	.9	1.20	.9	R .46	.29	55.6	60.3	48
58	100	36	.39	.25	1.17	.7	1.20	.9	S .40	.31	50.0	57.1	58
13	113	36	-.47	.27	1.16	.7	1.20	.9	T .38	.29	69.4	59.9	13
3	121	36	-1.09	.29	1.17	.8	1.18	.9	U .39	.27	58.3	56.6	3
18	74	36	1.80	.23	1.10	.6	1.17	.9	V-.06	.34	52.8	47.3	18
23	78	36	1.59	.23	1.08	.5	1.15	.8	W .04	.34	55.6	47.0	23
30	113	36	-.47	.27	.97	-.1	.99	.0	X .46	.29	58.3	59.9	30
20	87	36	1.12	.23	.90	-.4	.95	-.2	Y .33	.33	44.4	47.5	20
10	116	36	-.69	.27	.95	-.1	.94	-.2	Z .56	.28	58.3	58.8	10
BETTER FITTING OMITTED													
36	109	35	-.41	.27	.77	-.9	.78	-.9	.52	.30	65.7	60.1	36
27	126	36	-1.52	.30	.77	-1.1	.74	-1.3	Z .58	.25	77.8	57.0	27
9	118	36	-.85	.28	.76	-1.1	.75	-1.1	y .37	.28	72.2	57.8	9
51	110	36	-.26	.26	.75	-1.0	.75	-1.0	x .52	.30	61.1	60.0	51
35	115	36	-.62	.27	.74	-1.1	.74	-1.1	w .60	.29	63.9	59.0	35
5	109	36	-.19	.26	.69	-1.3	.73	-1.1	v .30	.30	66.7	59.8	5
32	120	36	-1.00	.28	.73	-1.3	.73	-1.3	u .56	.27	66.7	57.0	32
49	123	36	-1.25	.29	.73	-1.3	.72	-1.4	t .48	.27	61.1	55.7	49
1	123	36	-1.25	.29	.70	-1.5	.71	-1.4	s .27	.27	55.6	55.7	1
41	123	36	-1.25	.29	.70	-1.5	.71	-1.4	r .27	.27	55.6	55.7	41
6	119	36	-.93	.28	.70	-1.4	.71	-1.4	q .53	.28	63.9	57.1	6
29	113	36	-.47	.27	.69	-1.4	.70	-1.3	p .52	.29	69.4	59.9	29
2	116	36	-.69	.27	.69	-1.4	.69	-1.4	o .57	.28	69.4	58.8	2
31	108	36	-.12	.26	.68	-1.4	.69	-1.4	n .60	.30	63.9	59.9	31
60	115	36	-.62	.27	.67	-1.5	.68	-1.4	m .53	.29	69.4	59.0	60
38	104	36	.14	.25	.66	-1.5	.66	-1.5	l .52	.31	63.9	59.4	38
25	121	36	-1.09	.29	.65	-1.7	.66	-1.7	k .53	.27	72.2	56.6	25
43	121	36	-1.09	.29	.65	-1.7	.66	-1.7	j .53	.27	72.2	56.6	43
7	115	36	-.62	.27	.65	-1.6	.65	-1.6	i .55	.29	69.4	59.0	7
42	114	36	-.54	.27	.64	-1.6	.65	-1.6	h .46	.29	66.7	59.5	42
59	110	36	-.26	.26	.63	-1.6	.64	-1.6	g .54	.30	66.7	60.0	59
56	115	36	-.62	.27	.61	-1.8	.62	-1.8	f .62	.29	69.4	59.0	56
8	123	36	-1.25	.29	.55	-2.4	.55	-2.4	e .58	.27	77.8	55.7	8
53	119	36	-.93	.28	.55	-2.3	.55	-2.4	d .59	.28	75.0	57.1	53
55	116	36	-.69	.27	.50	-2.5	.51	-2.5	c .68	.28	75.0	58.8	55
52	115	36	-.62	.27	.48	-2.6	.49	-2.6	b .65	.29	75.0	59.0	52
33	113	35	-.71	.28	.45	-2.9	.45	-2.9	a .58	.29	80.0	58.6	33
MEAN	104.3	35.9	.00	.26	.98	-.2	1.00	-.1			59.3	55.6	
S.D.	17.4	.3	1.06	.02	.38	1.6	.40	1.7			11.7	5.1	

Lampiran 2. Uji Daya Diskriminasi Aitem Keterikatan Karyawan

Person: REAL SEP.: 1.80 REL.: .77 ... Item: REAL SEP.: 1.82 REL.: .77

Item STATISTICS: MISFIT ORDER

ENTRY NUMBER	TOTAL SCORE	TOTAL COUNT	MEASURE	MODEL S. E.	INFIT		OUTFIT		PT-MEASURE		EXACT OBS%	MATCH EXP%	Item
					MNSQ	ZSTD	MNSQ	ZSTD	CORR.	EXP.			
14	105	36	.12	.29	1.54	1.8	1.60	1.9	A .66	.50	58.3	66.5	b1c
1	88	36	1.28	.24	1.17	.8	1.49	1.9	B .16	.54	63.9	48.1	a1a
9	101	36	.43	.27	1.33	1.2	1.41	1.4	C .52	.51	55.6	62.6	b1b
8	103	36	.28	.28	1.22	.9	1.40	1.4	D .24	.50	66.7	63.0	a2b
3	95	36	.85	.26	1.34	1.4	1.39	1.5	E .47	.52	61.1	58.4	a2a
18	97	36	.72	.26	1.19	.8	1.31	1.2	F .34	.52	69.4	59.8	a2e
10	111	36	-.41	.31	1.27	1.0	1.18	.7	G .59	.48	58.3	69.0	a2c
13	100	36	.50	.27	1.22	.9	1.13	.6	H .45	.51	58.3	62.3	c1e
7	105	36	.12	.29	1.04	.2	1.07	.3	I .52	.50	69.4	66.5	c1c
11	114	36	-.70	.31	.98	.0	.96	.0	i .48	.48	66.7	68.6	c1d
17	98	36	.65	.26	.86	-.5	.81	-.7	h .63	.52	69.4	60.2	b2c
6	115	36	-.80	.32	.76	-.9	.73	-1.0	g .71	.47	75.0	68.2	c1b
5	116	36	-.90	.32	.72	-1.1	.74	-1.0	f .54	.47	72.2	68.6	b1a
16	105	36	.12	.29	.73	-1.0	.73	-1.0	e .73	.50	72.2	66.5	c1f
2	110	36	-.32	.30	.67	-1.2	.71	-1.1	d .35	.49	77.8	69.0	c1a
12	112	36	-.51	.31	.63	-1.4	.64	-1.4	c .52	.48	80.6	69.0	b2b
15	114	36	-.70	.31	.63	-1.5	.62	-1.5	b .66	.48	77.8	68.6	a2d
4	114	36	-.70	.31	.55	-1.9	.55	-1.9	a .50	.48	77.8	68.6	b2a
MEAN	105.7	36.0	.00	.29	.99	.0	1.03	.1			68.4	64.6	
S.D.	7.9	.0	.64	.02	.30	1.1	.34	1.3			7.6	5.3	

Lampiran 3. Reliabilitas Instrumen Rasa Bangga

TABLE 3.1 D:\opik\mata kuliah\skripsi\TO Rasch\p ZOU699W5.TXT Jun 20 20:17 2016
 INPUT: 36 Person 60 Item REPORTED: 36 Person 60 Item 4 CATS WINSTEPS 3.73

SUMMARY OF 36 MEASURED Person

	TOTAL SCORE	COUNT	MEASURE	MODEL ERROR	INFIT		OUTFIT	
					MNSQ	ZSTD	MNSQ	ZSTD
MEAN	173.9	59.9	.81	.20	1.05	-.3	1.00	-.5
S.D.	12.4	.5	.50	.01	.62	3.4	.54	3.2
MAX.	202.0	60.0	2.01	.23	2.51	6.3	2.14	5.3
MIN.	143.0	57.0	-.38	.19	.24	-6.4	.24	-6.2
REAL RMSE	.23	TRUE SD	.45	SEPARATION	1.94	Person	RELIABILITY	.79
MODEL RMSE	.20	TRUE SD	.46	SEPARATION	2.28	Person	RELIABILITY	.84
S.E. OF Person MEAN = .08								

Person RAW SCORE-TO-MEASURE CORRELATION = .99
 CRONBACH ALPHA (KR-20) Person RAW SCORE "TEST" RELIABILITY = .84

SUMMARY OF 60 MEASURED Item

	TOTAL SCORE	COUNT	MEASURE	MODEL ERROR	INFIT		OUTFIT	
					MNSQ	ZSTD	MNSQ	ZSTD
MEAN	104.3	35.9	.00	.26	.98	-.2	1.00	-.1
S.D.	17.4	.3	1.06	.02	.38	1.6	.40	1.7
MAX.	126.0	36.0	2.29	.30	2.13	4.3	2.35	4.3
MIN.	65.0	35.0	-1.52	.23	.45	-2.9	.45	-2.9
REAL RMSE	.28	TRUE SD	1.02	SEPARATION	3.67	Item	RELIABILITY	.93
MODEL RMSE	.26	TRUE SD	1.03	SEPARATION	3.91	Item	RELIABILITY	.94
S.E. OF Item MEAN = .14								

UMEAN=.0000 USCALE=1.0000
 Item RAW SCORE-TO-MEASURE CORRELATION = -1.00
 2155 DATA POINTS. LOG-LIKELIHOOD CHI-SQUARE: 4083.05 with 2058 d.f. p=.0000
 Global Root-Mean-Square Residual (excluding extreme scores): .6505

Lampiran 4. Reliabilitas Instrumen Keterikatan Karyawan

SUMMARY OF 36 MEASURED Person

	TOTAL SCORE	COUNT	MEASURE	MODEL ERROR	INFIT		OUTFIT	
					MNSQ	ZSTD	MNSQ	ZSTD
MEAN	52.9	18.0	.85	.41	1.05	-.6	1.03	-.6
S.D.	6.1	.0	1.03	.04	1.24	2.6	1.21	2.6
MAX.	66.0	18.0	3.45	.51	5.43	6.4	5.31	5.7
MIN.	36.0	18.0	-1.36	.32	.13	-3.4	.11	-3.5
REAL RMSE	.50	TRUE SD	.90	SEPARATION	1.80	Person	RELIABILITY	.77
MODEL RMSE	.41	TRUE SD	.95	SEPARATION	2.28	Person	RELIABILITY	.84
S.E. OF Person MEAN = .17								

Person RAW SCORE-TO-MEASURE CORRELATION = .99
 CRONBACH ALPHA (KR-20) Person RAW SCORE "TEST" RELIABILITY = .83

SUMMARY OF 18 MEASURED Item

	TOTAL SCORE	COUNT	MEASURE	MODEL ERROR	INFIT		OUTFIT	
					MNSQ	ZSTD	MNSQ	ZSTD
MEAN	105.7	36.0	.00	.29	.99	.0	1.03	.1
S.D.	7.9	.0	.64	.02	.30	1.1	.34	1.3
MAX.	116.0	36.0	1.28	.32	1.54	1.8	1.60	1.9
MIN.	88.0	36.0	-.90	.24	.55	-1.9	.55	-1.9
REAL RMSE	.31	TRUE SD	.56	SEPARATION	1.82	Item	RELIABILITY	.77
MODEL RMSE	.29	TRUE SD	.57	SEPARATION	1.96	Item	RELIABILITY	.79
S.E. OF Item MEAN = .15								

UMEAN=.0000 USCALE=1.0000
 Item RAW SCORE-TO-MEASURE CORRELATION = -1.00
 648 DATA POINTS. LOG-LIKELIHOOD CHI-SQUARE: 1071.31 with 593 d.f. p=.0000
 Global Root-Mean-Square Residual (excluding extreme scores): .5876

Lampiran 5. Instrumen Uji Coba Rasa Bangga

Instrumen Penelitian

Saya Ikhwan Taufiq mahasiswa Psikologi Universitas Negeri Jakarta yang sedang melakukan penelitian untuk skripsi. Penelitian ini berhubungan dengan Pegawai. Instrumen ini bertujuan untuk mengukur atribut psikologi yang ada pada diri Pegawai. Pilihan jawaban tidak ada yang benar dan salah. Demi keberhasilan penelitian ini, Saya mohon kerja sama anda untuk mengisi dengan keadaan anda serta jawablah dengan jawaban yang paling menggambarkan diri anda. Data instrumen ini akan dijaga kerahasiaannya.

Jika Anda memiliki pertanyaan terkait kuesioner ini, Anda dapat menghubungi 087808366300 atau Ikhwan-Taufiq@mahasiswa.unj.ac.id.

Pernyataan Kesediaan (informed consent)

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya bersedia untuk terlibat dalam penelitian ini tanpa unsur paksaan, segala data yang saya berikan benar adanya. Saya menyetujui bahwa identitas diri dan data yang saya berikan akan dijamin kerahasiannya oleh peneliti, serta hanya digunakan untuk tujuan penelitian yang bersangkutan.

Jakarta, 2016

Responden

DATA PRIBADI

Inisial :

Usia : Jenis Kelamin : P / L

Pendidikan Terakhir :

Lama Bekerja :

Tanggal Pengisian Kuesioner :

Nomor Handphone :

PETUNJUK PENGISIAN

Anda diharapkan menjawab setiap pernyataan dalam skala ini sesuai dengan keadaan, perasaan dan pikiran Anda yang sebenarnya dengan cara memilih:

STS : Bila Anda merasa sangat tidak sesuai dengan pernyataan tersebut

TS : Bila Anda merasa tidak sesuai dengan pernyataan tersebut

S : Bila Anda merasa sesuai dengan pernyataan tersebut

SS : Bila Anda merasa sangat sesuai dengan pernyataan tersebut

Berikan tanda checklist (✓) pada kolom jawaban yang Anda anggap paling sesuai dengan diri Anda.

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1	Saya larut dengan pekerjaan	✓			

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1	Saya mengetahui keuntungan yang didapat dari pekerjaan				
2	Saya dapat menentukan hal pertama yang harus dikerjakan				
3	Saya memiliki kemauan dalam menyelesaikan pekerjaan secara tuntas				

Lampiran 6. Instrumen Uji Coba Keterikatan Karyawan/*Job Engagement Scale*

Instrumen Penelitian

Saya Ikhwan Taufiq mahasiswa Psikologi Universitas Negeri Jakarta yang sedang melakukan penelitian untuk skripsi. Penelitian ini berhubungan dengan Pegawai. Instrumen ini bertujuan untuk mengukur atribut psikologi yang ada pada diri Pegawai. Pilihan jawaban tidak ada yang benar dan salah. Demi keberhasilan penelitian ini, Saya mohon kerja sama anda untuk mengisi dengan keadaan anda serta jawablah dengan jawaban yang paling menggambarkan diri anda. Data instrumen ini akan dijaga kerahasiaannya.

Jika Anda memiliki pertanyaan terkait kuesioner ini, Anda dapat menghubungi 087808366300 atau Ikhwan-Taufiq@mahasiswa.unj.ac.id.

Pernyataan Kesediaan (informed consent)

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya bersedia untuk terlibat dalam penelitian ini tanpa unsur paksaan, segala data yang saya berikan benar adanya. Saya menyetujui bahwa identitas diri dan data yang saya berikan akan dijamin kerahasiaannya oleh peneliti, serta hanya digunakan untuk tujuan penelitian yang bersangkutan.

Jakarta, 2016

Responden

DATA PRIBADI

Inisial :

Usia : Jenis Kelamin : P / L

Pendidikan Terakhir :

Lama Bekerja :

Tanggal Pengisian Kuesioner :

Nomor Handphone :

PETUNJUK PENGISIAN

Anda diharapkan menjawab setiap pernyataan dalam skala ini sesuai dengan keadaan, perasaan dan pikiran Anda yang sebenarnya dengan cara memilih:

STS : Bila Anda merasa sangat tidak sesuai dengan pernyataan tersebut

TS : Bila Anda merasa tidak sesuai dengan pernyataan tersebut

S : Bila Anda merasa sesuai dengan pernyataan tersebut

SS : Bila Anda merasa sangat sesuai dengan pernyataan tersebut

Berikan tanda checklist (✓) pada kolom jawaban yang Anda anggap paling sesuai dengan diri Anda.

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1	Saya larut dengan pekerjaan	✓			

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1	Saya larut dalam pekerjaan				
2	Saya berusaha keras menyelesaikan pekerjaan				
3	Saya memberikan perhatian lebih pada pekerjaan				

Lampiran 7. Instrumen Final Rasa Bangga

Instrumen Penelitian

Saya Ikhwan Taufiq mahasiswa Psikologi Universitas Negeri Jakarta yang sedang melakukan penelitian untuk skripsi. Penelitian ini berhubungan dengan Pegawai. Instrumen ini bertujuan untuk mengukur atribut psikologi yang ada pada diri Pegawai. Pilihan jawaban tidak ada yang benar dan salah. Demi keberhasilan penelitian ini, Saya mohon kerja sama anda untuk mengisi dengan keadaan anda serta jawablah dengan jawaban yang paling menggambarkan diri anda. Data instrumen ini akan dijaga kerahasiaannya.

Jika Anda memiliki pertanyaan terkait kuesioner ini, Anda dapat menghubungi 087808366300 atau Ikhwan-Taufiq@mahasiswa.unj.ac.id.

Pernyataan Kesediaan (informed consent)

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya bersedia untuk terlibat dalam penelitian ini tanpa unsur paksaan, segala data yang saya berikan benar adanya. Saya menyetujui bahwa identitas diri dan data yang saya berikan akan dijaga kerahasiaannya oleh peneliti, serta hanya digunakan untuk tujuan penelitian yang bersangkutan.

Jakarta, 2016

Responden

DATA PRIBADI

Inisial :

Usia : Jenis Kelamin : P / L

Pendidikan Terakhir :

Lama Bekerja :

Tanggal Pengisian Kuesioner :

Nomor Handphone :

PETUNJUK PENGISIAN

Anda diharapkan menjawab setiap pernyataan dalam skala ini sesuai dengan keadaan, perasaan dan pikiran Anda yang sebenarnya dengan cara memilih:

STS : Bila Anda merasa sangat tidak sesuai dengan pernyataan tersebut

TS : Bila Anda merasa tidak sesuai dengan pernyataan tersebut

S : Bila Anda merasa sesuai dengan pernyataan tersebut

SS : Bila Anda merasa sangat sesuai dengan pernyataan tersebut

Berikan tanda checklist (✓) pada kolom jawaban yang Anda anggap paling sesuai dengan diri Anda.

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1	Saya larut dengan pekerjaan	✓			

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
26	Berprestasi di tempat kerja memberikan saya rasa harga diri				
27	Harga diri saya meningkat saat hasil pekerjaan lebih baik daripada orang lain				
28	Saya merasa lebih baik saat melakukan pekerjaan dengan baik di tempat kerja				

Lampiran 8. Instrumen Final Keterikatan Karyawan

Instrumen Penelitian

Saya Ikhwan Taufiq mahasiswa Psikologi Universitas Negeri Jakarta yang sedang melakukan penelitian untuk skripsi. Penelitian ini berhubungan dengan Pegawai. Instrumen ini bertujuan untuk mengukur atribut psikologi yang ada pada diri Pegawai. Pilihan jawaban tidak ada yang benar dan salah. Demi keberhasilan penelitian ini, Saya mohon kerja sama anda untuk mengisi dengan keadaan anda serta jawablah dengan jawaban yang paling menggambarkan diri anda. Data instrumen ini akan dijaga kerahasiaannya.

Jika Anda memiliki pertanyaan terkait kuesioner ini, Anda dapat menghubungi 087808366300 atau Ikhwan-Taufiq@mahasiswa.unj.ac.id.

Pernyataan Kesediaan (informed consent)

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya bersedia untuk terlibat dalam penelitian ini tanpa unsur paksaan, segala data yang saya berikan benar adanya. Saya menyetujui bahwa identitas diri dan data yang saya berikan akan dijamin kerahasiannya oleh peneliti, serta hanya digunakan untuk tujuan penelitian yang bersangkutan.

Jakarta, 2016

Responden

DATA PRIBADI

Inisial :

Usia : Jenis Kelamin : P / L

Pendidikan Terakhir :

Lama Bekerja :

Tanggal Pengisian Kuesioner :

Nomor Handphone :

PETUNJUK PENGISIAN

Anda diharapkan menjawab setiap pernyataan dalam skala ini sesuai dengan keadaan, perasaan dan pikiran Anda yang sebenarnya dengan cara memilih:

STS : Bila Anda merasa sangat tidak sesuai dengan pernyataan tersebut

TS : Bila Anda merasa tidak sesuai dengan pernyataan tersebut

S : Bila Anda merasa sesuai dengan pernyataan tersebut

SS : Bila Anda merasa sangat sesuai dengan pernyataan tersebut

Berikan tanda checklist (✓) pada kolom jawaban yang Anda anggap paling sesuai dengan diri Anda.

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1	Saya larut dengan pekerjaan	✓			

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
16	Saya memberikan upaya penuh dalam menyelesaikan pekerjaan				
17	Saya merasa bertenaga pada pekerjaan				
18	Pikiran saya hanya terfokus pada pekerjaan				

Lampiran 9. Data Demografis**Latar Pendidikan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA	17	22.7	22.7	22.7
	Diploma 1	5	6.7	6.7	29.3
	Diploma 3	11	14.7	14.7	44.0
	Strata 1	42	56.0	56.0	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

Lama Bekerja

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	5	6.7	6.7	6.7
	2	9	12.0	12.0	18.7
	3	8	10.7	10.7	29.3
	4	3	4.0	4.0	33.3
	5	6	8.0	8.0	41.3
	6	6	8.0	8.0	49.3
	7	4	5.3	5.3	54.7
	8	4	5.3	5.3	60.0
	9	7	9.3	9.3	69.3
	10	10	13.3	13.3	82.7
	11	2	2.7	2.7	85.3
	12	4	5.3	5.3	90.7
	13	3	4.0	4.0	94.7
	14	2	2.7	2.7	97.3
	15	2	2.7	2.7	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	24	32.0	32.0	32.0
	Perempuan	51	68.0	68.0	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	19	1	1.3	1.3	1.3
	20	1	1.3	1.3	2.7
	21	1	1.3	1.3	4.0
	22	2	2.7	2.7	6.7
	23	3	4.0	4.0	10.7
	24	5	6.7	6.7	17.3
	25	1	1.3	1.3	18.7
	26	1	1.3	1.3	20.0
	27	1	1.3	1.3	21.3
	28	3	4.0	4.0	25.3
	30	1	1.3	1.3	26.7
	31	1	1.3	1.3	28.0
	32	3	4.0	4.0	32.0
	33	1	1.3	1.3	33.3
	35	2	2.7	2.7	36.0
	36	1	1.3	1.3	37.3
	37	1	1.3	1.3	38.7

38	4	5.3	5.3	44.0
40	2	2.7	2.7	46.7
42	2	2.7	2.7	49.3
43	7	9.3	9.3	58.7
44	2	2.7	2.7	61.3
45	2	2.7	2.7	64.0
46	3	4.0	4.0	68.0
47	6	8.0	8.0	76.0
48	3	4.0	4.0	80.0
49	3	4.0	4.0	84.0
50	2	2.7	2.7	86.7
51	1	1.3	1.3	88.0
52	1	1.3	1.3	89.3
54	1	1.3	1.3	90.7
55	1	1.3	1.3	92.0
57	5	6.7	6.7	98.7
61	1	1.3	1.3	100.0
Total	75	100.0	100.0	

Lampiran 10. Data Deskriptif Rasa Bangga dan Keterikatan Karyawan

		Statistics	
		Rasa Bangga	Engagement
N	Valid	75	75
	Missing	0	0
Mean		.8680	1.0427
Median		.8000	.9100
Mode		.80	.91
Std. Deviation		.57942	1.17421
Variance		.336	1.379
Range		3.32	6.16
Minimum		-.50	-1.60
Maximum		2.82	4.56
Sum		65.10	78.20

Lampiran 11. Uji Normalitas**Test Statistics**

	Unstandardized Residual	Rasa Bangga
Chi-Square	8.600 ^a	46.947 ^b
df	65	33
Asymp. Sig.	1.000	.055

a. 66 cells (100,0%) have expected frequencies less than 5. The minimum expected cell frequency is 1,1.

b. 34 cells (100,0%) have expected frequencies less than 5. The minimum expected cell frequency is 2,2.

Lampiran 12. Uji Linearitas

Curve Fit

Model Description

Model Name	MOD_1
Dependent Variable	Engagement
Equation	Linear
Independent Variable	Rasa Bangga
Constant	Included
Variable Whose Values Label	Unspecified
Observations in Plots	

Case Processing Summary

	N
Total Cases	75
Excluded Cases ^a	0
Forecasted Cases	0
Newly Created Cases	0

a. Cases with a missing value in any variable are excluded from the analysis.

Variable Processing Summary

	Variables	
	Dependent	Independent
	Engagement	Rasa Bangga
Number of Positive Values	64	71
Number of Zeros	1	2
Number of Negative Values	10	2
Number of Missing Values		
User-Missing	0	0
System-Missing	0	0

Model Summary and Parameter Estimates

Dependent Variable:Engagement

Equation	Model Summary					Parameter Estimates	
	R Square	F	df1	df2	Sig.	Constant	b1
Linear	.090	7.261	1	73	.009	.514	.610

The independent variable is Rasa Bangga.

Lampiran 13. Uji Hipotesis

Regression

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Engagement	1.0427	1.17421	75
Rasa Bangga	.8680	.57942	75

Correlations

		Engagement	Rasa Bangga
Pearson Correlation	Engagement	1.000	.301
	Rasa Bangga	.301	1.000
Sig. (1-tailed)	Engagement	.	.004
	Rasa Bangga	.004	.
N	Engagement	75	75
	Rasa Bangga	75	75

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Rasa Bangga ^a		. Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Engagement

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.301 ^a	.090	.078	1.12748

a. Predictors: (Constant), Rasa Bangsa

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	9.230	1	9.230	7.261	.009 ^a
	Residual	92.799	73	1.271		
	Total	102.029	74			

a. Predictors: (Constant), Rasa Bangsa

b. Dependent Variable: Engagement

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.514	.236		2.180	.032
	Rasa Bangsa	.610	.226	.301	2.695	.009

a. Dependent Variable: Engagement

SARAN-SARAN YANG DISAMPAIKAN OLEH PENGUJI

Nama peserta : Khwan Taufiq
 Nomor registrasi : 1125120010
 Jurusan/Prodi : Psikologi
 Nama penguji : Herwinda Haribowo
 Jurusan/Prodi : Psikologi
 Fakultas : FIP

No.	Isi Saran - Saran
01.	- Pertajam teori "pilih" di dunia
02.	Raja -
03.	- Perbaiki teori dunia? para
04.	pengaji -
05.	
06.	
07.	
08.	
09.	
10.	

Jakarta, 2016

Fakultas Ilmu Pendidikan
 Universitas Negeri Jakarta
 Panitia Ujian Skripsi Sarjana
 Penguji,

Herwinda H.
 Herwinda H.

NIP.

SARAN-SARAN YANG DISAMPAIKAN OLEH PENGUJI

Nama peserta : KEHWAJAN TAUFIQ
 Nomor registrasi : 1125720010
 Jurusan/Prodi : PSIKOLOGI
 Nama penguji : DEASYANTI
 Jurusan/Prodi : PSIKOLOGI
 Fakultas : FIP

No.	Isi Saran - Saran
01.	Perbaiki alur/logika di bab pendahuluan tentang hub- kaitan bangsa & kebersejahteraan
02.	Jelaskan lebih pengertian rasa bangsa dgn lebih operasional & kontekstual
03.	Tambahkan yg berkaitan pdkj rater assurance
04.	Pemilihan rangkai & jumlahnya
05.	
06.	
07.	
08.	
09.	
10.	

Jakarta, 2016

Fakultas Ilmu Pendidikan
 Universitas Negeri Jakarta
 Panitia Ujian Skripsi Sarjana
 Penguji,

Dem

Dem
 DEASYANTI

NIP.

SARAN-SARAN YANG DISAMPAIKAN OLEH PENGUJI

Nama peserta : Ikhsan Taufiq
 Nomor registrasi : 1120120010
 Jurusan/Prodi : Pendidikan
 Nama penguji : Dwi Kancana Wulan
 Jurusan/Prodi : Pendidikan
 Fakultas : FIP


No.	Isi Saran - Saran
01.	⊕ konsep prodi sd dunia kejuruan
02.	⊕ fenomena kelangkaan penga akan asuransi
03.	
04.	
05.	
06.	
07.	
08.	
09.	
10.	

RET 28 Juli 2016



Jakarta, 21- Juli 2016

Fakultas Ilmu Pendidikan
 Universitas Negeri Jakarta
 Panitia Ujian Skripsi Sarjana
 Penguji,


 Dwi Kancana Wulan, M.Ps
 NIP. 198212122014042001

SURAT PERNYATAAN VALIDASI INSTRUMEN

EXPERT JUDGEMENT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

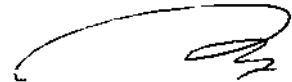
Nama : Lussy Dwiutami Wahyuni, M.Pd
NIP : 197909252002122001
Prodi : Psikologi
Pendidikan Terakhir : S2
Bidang Keahlian : Ahli Pengukuran
No. Handphone : 08158833431

Menyatakan bahwa instrumen “*Authentic Pride Scale dan Job Engagement Scale*” yang telah divalidasi : dapat digunakan / perlu perbaikan / tidak dapat digunakan*)

Demikian surat pernyataan ini dibuat untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.
Atas kerja samanya diucapkan terimakasih.

Jakarta, 30 Mei 2016

Validator,



Lussy Dwiutami Wahyuni, M.Pd

NIP. 19790925 200212 2 001

SURAT PERNYATAAN VALIDASI INSTRUMEN

EXPERT JUDGEMENT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Gungum Gumelar F. Rakhman, M.Si
NIP : 19770424 2006041001
Prodi : Psikologi
Pendidikan Terakhir : S2
Bidang Keahlian : Psikologi Industri dan Organisasi
No. Handphone : 0811916841

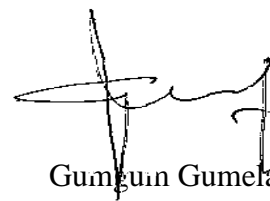
Menyatakan bahwa instrumen “*Authentic Pride Scale dan Job Engagement Scale*” yang telah divalidasi : dapat digunakan / ~~perlu perbaikan~~ / ~~tidak dapat digunakan*~~)

Demikian surat pernyataan ini dibuat untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Atas kerja samanya diucapkan terimakasih.

Jakarta, 30 Mei 2016

Validator,



Gungum Gumelar, M.Si

NIP. 19770424 200604 1 001

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Ikhwan Taufiq dilahirkan di Kota Tangerang pada tanggal 17 September 1994. Peneliti merupakan anak kedua dari dua bersaudara dari ayah yang bernama Makhrus dan ibu bernama Karini.

Pendidikan formal yang pernah ditempuh oleh peneliti diawali di TK. Aisyiyah kota Tangerang, dilanjutkan dengan bersekolah dasar di SDN 04 Sudimara Jaya, Ciledug, Tangerang. Setelah lulus sekolah dasar peneliti melanjutkan sekolah menengah pertama di SMP Budi Mulia Ciledug, Tangerang. Kemudian peneliti menempuh pendidikan menengah akhir di SMAN 3 Tangerang dan lulus pada tahun 2012. Setelah lulus dari jenjang SMA, peneliti melanjutkan kuliah di Universitas Negeri Jakarta Fakultas Ilmu Pendidikan Program Studi Psikologi.

Penulis juga melakukan program Praktek Kerja Psikologi selama 40 hari kerja pada tahun 2015 di Satuan Kerja Khusus Pelaksana Kegiatan Usaha Hulu Minyak dan Gas Bumi (SKK Migas). Peneliti melakukan Praktek Kerja Psikologi di Subdinas Pengembangan Tenaga Kerja Nasional Dinas Sumber Daya Manusia. Selain itu peneliti juga mengikuti Kuliah Kerja Nyata (KKN) tahun 2016 di Desa Cimayasari, Subang, Jawa Barat. Kontak yang dapat dihubungi melalui email opikihwan@gmail.com