



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

**KEBAHAGIAAN OTENTIK SEBAGAI MEDIATOR  
ORGANISASI PEMBELAJARAN DAN  
*AUTHENTIC PERSONAL BRANDING* TERHADAP  
PRESTASI KERJA FSM PT GARUDA INDONESIA  
(ANALISIS SEKUENSIAL *MIXED METHOD*)**

UNIVERSITAS  
TESIS  
Oleh:  
MERCU BUANA

**INDIRA SHANTI**

**55118110008**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
PROGRAM PASCA SARJANA  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
2020**



**KEBAHAGIAAN OTENTIK SEBAGAI MEDIATOR  
ORGANISASI PEMBELAJARAN DAN  
*AUTHENTIC PERSONAL BRANDING* TERHADAP  
PRESTASI KERJA FSM PT GARUDA INDONESIA  
(ANALISIS SEKUENSIAL *MIXED METHOD*)**

**UNIVERSITAS**  
**TESIS**

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan  
Program Studi Magister Manajemen**

**Oleh:**

**INDIRA SHANTI**

**55118110008**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
PROGRAM PASCA SARJANA  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
2020**

## PENGESAHAN TESIS

Judul : Kebahagiaan Otentik sebagai Mediator Organisasi Pembelajaran dan *Authentic Personal Branding* terhadap Prestasi Kerja FSM PT Garuda Indonesia (Analisis Sekuensial *Mixed Method*)  
Bentuk Tesis : Penelitian  
Nama : Indira Shanti  
NIM : 55118110008  
Program : Magister Manajemen  
Tanggal : 25 Agustus 2020



UNIVERSITAS

Dr. Antonius Dieben Robinson Manurung, M.Si

MERCU BUANA

Direktur Program Pascasarjana,



Prof. Dr. Ing. Mudrik Alaydrus

Ketua Program Studi Magister Manajemen,



Dudi Permana, Ph.D.

## PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh;

Nama : Indira Shanti

NIM : 55118110008

Program Studi : Magister Manajemen,

Dengan judul

“KEBAHAGIAAN OTENTIK SEBAGAI MEDIATOR ORGANISASI PEMBELAJARAN DAN *AUTHENTIC PERSONAL BRANDING* TERHADAP PRESTASI KERJA”,

Telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 09/07/2020, didapatkan nilai persentase sebesar 29 %.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 09 Juli 2020

Administrator Turnitin



Arie Pangudi, A.

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam tesis ini,

Judul : Kebahagiaan Otentik sebagai Mediator Organisasi Pembelajaran dan *Authentic Personal Branding* terhadap Prestasi Kerja FSM PT Garuda Indonesia (Analisis Sekuensial *Mixed Method*)

Bentuk Tesis : Penelitian

Nama : Indira Shanti

NIM : 55118110008

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 25 Agustus 2020

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Program Studi Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahan data yang disajikan, telah dinyatakan jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 25 Agustus 2020



Indira Shanti

## **ABSTRACT**

*The aim of this research is to examine and analyze the influences of learning organization and authentic personal branding on work achievement using the concept of authentic happiness as a mediator. Sequential explanatory mixed-methods design determine the quantitative result using the qualitative data. Data collection was done by distributing questionnaires to 231 flight service managers in PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk and in-depth interview to 3 subject research. The analytical method used in this research is SEM analysis with software Linear Structural Models (LISREL), 8.72 of Joreskog and Sorbom. The utility of Software Nvivo 12 plus on quantitative data identification process to determined and explained qualitatively. The results show that (1) authentic happiness positive significantly influences the work achievement ( $\beta = 0.81$ ,  $t = 14.78$ ), (2) learning organization positive significantly influences the authentic happiness ( $\gamma = 0.79$ ,  $t = 12.46$ ), (3) authentic personal branding positive significantly influences the authentic happiness ( $\gamma = 0.77$ ,  $t = 12.17$ ), (4) there is a positive and significant influence of learning organization to work achievement with authentic happiness as a mediator (direct effect 7%, indirect effect 36%), and (5) there is a positive and significant influence of authentic personal branding to work achievement with authentic happiness as a mediator (direct effect 1%, indirect effect 32%). A further managerial implication is that PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk provides attention and ensure the concept of learning organization to be understood and effectively assembled especially on dimension of team learning, also the concept of authentic personal branding especially on dimension of shared vision, visibility, and persistency to achieve the authentic happiness and improve the work achievement.*

**Keywords:** *learning organization, authentic personal branding, authentic happiness, work achievement*

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh organisasi pembelajaran dan *authentic personal branding* terhadap prestasi kerja dengan kebahagiaan otentik sebagai mediator. Metode campuran dengan desain rancangan eksplanatoris sekuensial dalam penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan hasil awal (kuantitatif) menggunakan data kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 231 orang *Flight Service Manager* PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk dan wawancara terhadap 3 (tiga) orang subyek penelitian. Teknik analisa data untuk menguji model hipotetik dilakukan dengan menggunakan model persamaan structural (*SEM*) melalui piranti lunak *Linear Structural Model (LISREL)* versi 8,72 dari Joreskog dan Sorbom. *Software Nvivo 12 plus* digunakan dalam proses identifikasi data kuantitatif untuk menentukan bagian mana yang perlu dijelaskan secara kualitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa (1) terdapat pengaruh positif dan signifikan kebahagiaan otentik terhadap prestasi kerja ( $\beta = 0.81$ ,  $t = 14.78$ ), (2) terdapat pengaruh positif dan signifikan organisasi pembelajaran terhadap kebahagiaan otentik ( $\gamma = 0.79$ ,  $t = 12.46$ ), (3) terdapat pengaruh positif dan signifikan *authentic personal branding* terhadap kebahagiaan otentik, ( $\gamma = 0.77$ ,  $t = 12.17$ ), (4) Ada pengaruh positif dan signifikan organisasi pembelajaran terhadap prestasi kerja dengan kebahagiaan otentik sebagai mediator, ditunjukkan dengan nilai efek langsung sebesar 7% dan efek tidak langsung sebesar 36% dengan  $t \geq 1.96$ , (5) Ada pengaruh positif dan signifikan *authentic personal branding* terhadap prestasi kerja dengan kebahagiaan otentik sebagai mediator, ditunjukkan dengan nilai efek langsung sebesar 1% dan efek tidak langsung sebesar 32% dengan  $t \geq 1.96$ . Implikasi manajerial yang dapat menjadi masukan bagi PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk, yaitu agar manajemen memberikan perhatian dan memastikan pemahaman serta penerapan yang efektif dari konsep organisasi pembelajaran terutama pada dimensi pembelajaran tim dan *authentic personal branding* terutama pada dimensi visi bersama, visibilitas, dan persistensi untuk mencapai kebahagiaan otentik yang berdampak kepada peningkatan prestasi kerja.

**Kata Kunci:** organisasi pembelajaran, *authentic personal branding*, kebahagiaan otentik, prestasi kerja

## LEMBAR DEDIKASI

مَنْ خَرَجَ فِي طَلْبِ الْعِلْمِ فَهُوَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ حَتَّى يَرْجِعَ

Artinya : "Barang siapa yang keluar untuk mencari ilmu maka ia berada di jalan Allah hingga ia pulang". (HR. Turmudzi)

Dengan mengucap syukur Alhamdulillah, tiada henti-hentinya peneliti mengucapkan syukur kepada Allah SWT. Atas Ridho-Nya, akhirnya peneliti dapat menyelesaikan tesis ini. Bantuan dari berbagai pihak tidak luput dalam penyelesaian tesis ini, baik bantuan secara materi, spiritual, informasi, atau motivasi. Pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada orang yang selalu saya hormati dan sayangi, yaitu: Ibunda R. Kusniati dan Ayahanda RA. Ichsan Hario Permadinata (almarhum), suami tercinta, Dr. Andi Budi Sulistijanto dan Ananda yang saya banggakan, Andi Daud Putradinata, terima kasih telah memberikan kasih sayang, dukungan, semangat, serta doa yang tiada hentinya dalam penyelesaian tesis ini. Kiranya hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan memberikan sumbangsih dalam pengembangan layanan PT Garuda Indonesia.

“Sebaik-baik manusia adalah yang paling bermanfaat bagi manusia”

(HR. Ahmad, ath-Thabrani)

Semoga, selesainya tesis ini adalah bagian dari harapan Allah dan Rasul-Nya, yang implikasinya menjadi orang yang sebaik-baiknya, yaitu senantiasa bermanfaat bagi orang lain.



## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur ke hadirat Allah SWT serta atas rahmat dan karunia-Nya pada peneliti, akhirnya peneliti dapat menyelesaikan penyusunan tesis yang berjudul **Kebahagiaan Otentik sebagai Mediator Organisasi Pembelajaran dan *Authentic Personal Branding* terhadap Prestasi Kerja FSM PT Garuda Indonesia (Analisis Sekuensial *Mixed Method*)**.

Tesis ini ditulis dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen di Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana, Jakarta. Peneliti menyadari bahwa tesis ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, karena itu peneliti menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang secara langsung dan tidak langsung memberikan kontribusi dalam penyelesaian karya ilmiah ini. Secara khusus pada kesempatan ini peneliti menyampaikan terima kasih kepada:

1. Dr. Antonius Dieben Robinson Manurung, M. Si., sebagai Dosen Pembimbing yang telah membimbing, mengarahkan peneliti dengan sabar, dan menjadi teman diskusi selama penyusunan tesis ini dari awal hingga tesis ini dapat diselesaikan,
2. Dudi Permana, Ph.D., selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana,
3. Direktur Program Pascasarjana, Prof. Dr. Ing. Mudrik Alaydrus beserta segenap jajarannya yang telah berupaya meningkatkan situasi kondusif di Program Pascasarjana,
4. Dr. Lenny Christina Nawangsari, selaku Sekretaris Program Studi dan Dosen Penguji/Penelaah Seminar Proposal yang telah banyak memberikan motivasi dan masukan yang sangat berarti.
5. Dr. Setyo Riyanto, SE. MM. selaku Dosen Penguji/Penelaah Seminar Hasil yang telah banyak memberikan saran dan masukan dalam upaya menyempurnakan tesis.

6. Dr. Enny Ariyanto, M. Si dan Dr. Charles Bohlen Purba, MM selaku Dosen Penguji/Penelaah Sidang Akhir yang telah memberikan saran demi kesempurnaan tesis.
7. Seluruh dosen dan staf administrasi Program Studi Magister Manajemen, termasuk rekan-rekan mahasiswa Mercu Buana dan rekan-rekan FSM PT Garuda Indonesia yang telah menaruh simpati dan bantuan sehingga peneliti dapat menyelesaikan tesis ini.

Peneliti menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari sempurna. Oleh sebab itu, saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan untuk penelitian lanjutan di masa mendatang. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan menjadi suatu karya yang bermanfaat.



Peneliti

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR ISI

<b>PENGESAHAN TESIS.....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN <i>SIMILARITY CHECK</i>.....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN.....</b>	<b>iii</b>
<b><i>ABSTRACT</i> .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>LEMBAR DEDIKASI .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR GRAFIK .....</b>	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xix</b>
<b>BAB I    PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
I.1. Latar Belakang Penelitian .....	1
I.2. Identifikasi, Pembatasan, Perumusan Masalah Penelitian, dan Pertanyaan Penelitian .....	27
I.2.1. Identifikasi Masalah Penelitian.....	27
I.2.2. Pembatasan Masalah Penelitian.....	28
I.2.3. Perumusan Masalah Penelitian .....	28
I.2.4. Pertanyaan Penelitian.....	29
I.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	29
I.3.1. Tujuan Penelitian .....	29
I.3.2. Manfaat Penelitian .....	30
I.3.2.1. Manfaat Teoritis .....	30
I.3.2.2. Manfaat Praktis.....	31
<b>BAB II    KAJIAN TEORI, PENELITIAN TERDAHULU, KERANGKA PEMIKIRAN, HIPOTESIS PENELITIAN, DAN PARADIGMA PENELITIAN.....</b>	<b>32</b>

II.1. Kajian Teori.....	32
II.1.1. Prestasi Kerja.....	32
II.1.1.1. Pengertian Prestasi kerja.....	32
II.1.1.2. Penilaian Prestasi Kerja .....	35
II.1.1.3. Faktor-faktor yang Memengaruhi Prestasi Kerja.....	35
II.1.1.4. Aspek-aspek Prestasi Kerja .....	37
II.1.2. Kebahagiaan Otentik ( <i>Authentic Happiness</i> ) .....	40
II.1.2.1. Pengertian Kebahagiaan Otentik ( <i>Authentic                 Happiness</i> ) .....	40
II.1.2.2. Dimensi Kebahagiaan Otentik ( <i>Authentic                 Happiness</i> ) .....	42
II.1.2.3. Indikator-indikator Kebahagiaan Otentik ( <i>Authentic Happiness</i> ).....	46
II.1.3. Organisasi Pembelajaran ( <i>Learning Organization</i> ).....	47
II.1.3.1. Pengertian Organisasi Pembelajaran ( <i>Learning                 Organization</i> ) .....	47
II.1.3.2. Dimensi Organisasi Pembelajaran ( <i>Learning                 Organization</i> ).....	49
II.1.3.3. Indikator Organisasi Pembelajaran ( <i>Learning                 Organization</i> ).....	51
II.1.4. <i>Authentic Personal Branding</i> .....	55
II.1.4.1. Pengertian <i>Authentic Personal Branding</i> .....	55
II.1.4.2. Dimensi <i>Authentic Personal Branding</i> .....	57
II.1.4.3. Indikator-indikator <i>Authentic Personal Branding</i> .....	59
II.2. Penelitian Terdahulu.....	62
II.3. Kerangka Pemikiran .....	72
II.3.1. Dinamika Pengaruh Organisasi Pembelajaran ( <i>Learning                 Organization</i> ) terhadap Prestasi Kerja dengan Mediator Kebahagiaan Otentik ( <i>Authentic Happiness</i> ).....	72

II.3.2.	Dinamika Pengaruh <i>Authentic Personal Branding</i> terhadap Prestasi Kerja dengan Mediator Kebahagiaan Otentik ( <i>Authentic Happiness</i> ).....	73
II.3.3.	Dinamika Pengaruh Kebahagiaan Otentik ( <i>Authentic Happiness</i> ) terhadap Prestasi Kerja .....	76
II.3.4.	Model Teori I .....	77
II.4.	Hipotesis Penelitian .....	80
II.5.	Paradigma Penelitian .....	81
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>88</b>
III.1.	Jenis/Desain Penelitian.....	88
III.2.	Variabel Penelitian .....	89
III.3.	Definisi Konseptual, Operasional dan Pengukuran Variabel....	90
III.3.1.	Definisi Konseptual Variabel Penelitian.....	90
III.3.1.1.	Organisasi Pembelajaran.....	90
III.3.1.2.	<i>Authentic Personal Branding</i> .....	90
III.3.1.3.	Kebahagiaan Otentik.....	91
III.3.1.4.	Prestasi Kerja .....	91
III.3.2.	Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	91
III.3.2.1.	Organisasi Pembelajaran.....	92
III.3.2.2.	<i>Authentic Personal Branding</i> .....	93
III.3.2.3.	Kebahagiaan Otentik.....	93
III.3.2.4.	Prestasi Kerja .....	94
III.3.3.	Pengukuran Variabel .....	94
III.3.3.1.	Instrumen (Skala) Organisasi Pembelajaran..	94
III.3.3.2.	Instrumen (Skala) <i>Authentic Personal Branding</i> .....	95
III.3.3.3.	Instrumen (Skala) Kebahagiaan Otentik .....	97
III.3.3.4.	Instrumen (Skala) Prestasi Kerja .....	98
III.4.	Populasi, Sampel, dan Subyek Penelitian .....	99
III.4.1.	Populasi Penelitian.....	99
III.4.2.	Sampel Penelitian .....	100

III.4.3. Subyek Penelitian .....	101
III.5. Metode/Teknik Pengumpulan Data.....	102
III.5.1. Teknik Pengumpulan Data Primer.....	103
III.5.2. Teknik Pengumpulan Data Sekunder .....	104
III.6. Teknik Analisis Data.....	105
III.6.1. Teknik Analisis Data Kuantitatif.....	105
III.6.1.1. Uji Kualitas Instrumen.....	106
III.6.1.2. Uji Model Fit ( <i>Model Goodness of Fit</i> ) .....	108
III.6.1.3. Uji Multikolinearitas.....	110
III.6.1.4. Uji Hipotesis .....	110
III.6.2. Teknik Analisis Data Kualitatif.....	111
III.6.2.1 Keabsahan Data .....	119
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>124</b>
IV.1. Hasil Penelitian .....	124
IV.1.1. Gambaran Obyek, Responden, dan Subyek Penelitian.....	124
IV.1.1.1 Gambaran Obyek Penelitian .....	124
IV.1.1.2 Gambaran Responden Penelitian.....	130
IV.1.1.3 Profil Subyek Penelitian .....	131
IV.1.2. Hasil Analisis Statistik Deskriptif .....	135
IV.1.2.1. Hasil Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	135
IV.1.2.2. Hasil analisis Dimensi Variabel Penelitian..	136
IV.1.3. Analisis Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen (Skala) Penelitian.....	139
IV.1.4. Analisis Uji Model Fit atau <i>Goodness of Fit (GoF)</i> ...	155
IV.1.5. Hasil Uji Multikolineritas.....	158
IV.1.6. Hasi Uji Hipotesis.....	158
IV.1.7. Model Persamaan Struktural .....	164
IV.1.8. Hasil Analisi Matriks Korelasi antar Dimensi.....	166
IV.1.9 Keabsahan dan Keajegan Data .....	170



IV.1.9.1. Keabsahan Data .....	170
IV.1.9.2. Keajegan Data.....	172
IV.1.10. Hasil Analisis Data Kualitatif.....	173
IV.1.10.1. Hasil Observasi.....	173
IV.1.10.2. Hasil Analisis Data Wawancara .....	176
IV.2. Pembahasan dan Implikasi Manajerial .....	181
IV.2.1. Pembahasan Hasil Penelitian.....	181
IV.2.2. Implikasi Manajerial.....	191
<b>BAB V KESIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN</b>	
<b>SARAN .....</b>	<b>193</b>
V.1. Kesimpulan.....	193
V.2. Keterbatasan Penelitian .....	196
V.3. Saran.....	197
V.3.1. Saran Teoritis .....	197
V.3.2. Saran Praktis (Aplikatif).....	198
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>202</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>209</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1	Kerangka Pemikiran: Kebahagiaan otentik ( <i>authentic happiness</i> ) sebagai mediator organisasi pembelajaran ( <i>learning organization</i> ) dan <i>authentic personal branding</i> terhadap prestasi kerja.....	77
Gambar 2. 2	Model Teori I: Kebahagiaan otentik ( <i>authentic happiness</i> ) sebagai mediator organisasi pembelajaran ( <i>learning organization</i> ) dan <i>authentic personal branding</i> terhadap prestasi kerja.....	79
Gambar 2. 3	Paradigma Penelitian .....	83
Gambar 4. 1	<i>Standard Loading Factor (SLF)</i> Variabel Organisasi Pembelajaran .....	142
Gambar 4. 2	<i>T-Value</i> Variabel Organisasi Pembelajaran.....	142
Gambar 4. 3	<i>Standard Loading Factor (SLF)</i> Variabel <i>Authentic Personal Branding</i> .....	146
Gambar 4. 4	<i>T-Value</i> Variabel <i>Authentic Personal Branding</i> .....	147
Gambar 4. 5	<i>Standard Loading Factor (SLF)</i> Variabel Kebahagiaan Otentik	151
Gambar 4. 6	<i>T-Value</i> Variabel Kebahagiaan Otentik.....	152
Gambar 4. 7	<i>Standard Loading Factor (SLF)</i> Variabel Prestasi Kerja ( <i>Work Achievement</i> ) .....	154
Gambar 4. 8	<i>T-Value</i> Variabel Prestasi Kerja ( <i>Work Achievement</i> ) .....	155
Gambar 4. 9	<i>Standard Solution</i> Variabel KO terhadap Variabel PK .....	159
Gambar 4. 10	<i>T-Value</i> Variabel KO terhadap Variabel PK .....	160
Gambar 4. 11	<i>Standard Solution</i> Variabel OP terhadap Variabel KO.....	160
Gambar 4. 12	<i>T-Value</i> Variabel OP terhadap Variabel KO .....	161
Gambar 4. 13	<i>Standard Solution</i> Variabel APB terhadap Variabel KO .....	161
Gambar 4. 14	<i>T-Value</i> Variabel APB terhadap Variabel KO .....	162
Gambar 4. 15	<i>Hybrid Model</i> Kebahagiaan Otentik ( <i>Authentic Happiness</i> ) sebagai Mediator Organisasi Pembelajaran ( <i>Learning Organization</i> ) dan <i>Authentic Personal Branding</i> terhadap Prestasi Kerja ( <i>Work Achievement</i> ) .....	165

Gambar 4. 16 *T-value* Kebahagiaan Otentik (*Authentic Happiness*) sebagai Mediator Organisasi Pembelajaran (*Learning Organization*) dan *Authentic Personal Branding* terhadap Prestasi Kerja (*Work Achievement*) ..... 166



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Peringkat “ <i>The World’s Best Cabin Crew</i> ” versi Skytrax tahun 2014-2019 .....	4
Tabel 1. 2	Anteseden Prestasi Kerja <i>FSM</i> PT. Garuda Indonesia (Persero), Tbk. 7	
Tabel 1. 3	Hasil Pra Penelitian Variabel Prestasi Kerja ( <i>Work Achievement</i> ) .....	8
Tabel 1. 4	Hasil Pra Penelitian Variabel Kebahagiaan Otentik ( <i>Authentic Happiness</i> ).....	12
Tabel 1. 5	Hasil Pra Penelitian Variabel Organisasi Pembelajaran ( <i>Learning Organization</i> ) .....	17
Tabel 1. 6	Hasil Pra Penelitian Variabel <i>Authentic Personal Branding</i> .....	21
Tabel 3. 1	<i>Blue Print</i> (Operasionalisasi) Skala Organisasi Pembelajaran .....	95
Tabel 3. 2	<i>Blue Print</i> (Operasionalisasi) Skala <i>Authentic Personal Branding</i> ..	96
Tabel 3. 3	<i>Blue Print</i> (Operasionalisasi) Skala Kebahagiaan Otentik .....	98
Tabel 3. 4	<i>Blue Print</i> (Operasionalisasi) Skala Prestasi Kerja.....	99
Tabel 3. 5	Kriteria Ukuran Kecocokan dalam GoF .....	109
Tabel 4. 1	Jumlah Armada Pesawat Udara.....	127
Tabel 4. 2	Jumlah Pegawai berdasarkan Level Organisasi .....	128
Tabel 4. 3	Jumlah Pegawai berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	128
Tabel 4. 4	Jumlah Pegawai Berdasarkan Status Kepegawaian .....	129
Tabel 4. 5	Jumlah Pegawai Berdasarkan Jenis Kelamin .....	129
Tabel 4. 6	Jumlah Pegawai Berdasarkan Usia .....	129
Tabel 4. 7	Jumlah Pegawai Berdasarkan Masa Kerja .....	130
Tabel 4. 8	Identitas Subyek Penelitian .....	134
Tabel 4. 9	Result Descriptive Statistics.....	135
Tabel 4. 10	<i>Result Descriptive Statistics</i> Dimensi Variabel Organisasi Pembelajaran ( <i>Learning Organization</i> ) .....	136
Tabel 4. 11	<i>Result Descriptive Statistics</i> Dimensi Variabel <i>Authentic Personal Branding</i> .....	137
Tabel 4. 12	<i>Result Descriptive Statistics</i> .....	138
Tabel 4. 13	<i>Result Descriptive Statistics</i> .....	139

Tabel 4. 14 Hasil Uji Instrumen Organisasi Pembelajaran ..... 141



## DAFTAR GRAFIK

Grafik 4. 1 Hasil <i>Coding</i> Variabel Organisasi Pembelajaran ( <i>Learning Organization</i> ) .....	176
Grafik 4. 2 Hasil <i>Coding</i> Variabel <i>Authentic Personal Branding</i> .....	178
Grafik 4. 3 Hasil <i>Coding</i> Variabel Kebahagiaan Otentik ( <i>Authentic Happiness</i> )	179
Grafik 4. 4 Hasil <i>Coding</i> Variabel Prestasi Kerja ( <i>Work Achievement</i> ) .....	180





## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Hasil Pengecekan *Similarity* dengan Sitem Turnitin
- Lampiran 2 Pedoman Wawancara
- Lampiran 3 Lembar Permohonan kepada Responden
- Lampiran 4 Surat Pernyataan Persetujuan menjadi Responden
- Lampiran 5 Kuesioner Pra Penelitian
- Lampiran 6 Hasil Wawancara Pra Penelitian
- Lampiran 7 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 8 Pedoman Wawancara Penelitian
- Lampiran 9 Verbatim
- Lampiran 10 Hasil Olah Data Penelitian (LISREL)
- Lampiran 11 Matriks Korelasi
- Lampiran 12 Hasil Statistik Deskriptif
- Lampiran 13 Data Deskriptif
- Lampiran 14 Daftar Riwayat Hidup

