



**PENGARUH KEBAHAGIAAN OTENTIK DAN
AUTHENTIC PERSONAL BRANDING TERHADAP
PRESTASI KERJA PARA DOKTER DI PERHIMPUNAN
DOKTER KESEHATAN KERJA INDONESIA PADA MASA
PANDEMI COVID-19.**

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
ANIDA ZULFIANI
46118010132

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2022**



**PENGARUH KEBAHAGIAAN OTENTIK DAN
AUTHENTIC PERSONAL BRANDING TERHADAP
PRESTASI KERJA PARA DOKTER DI PERHIMPUNAN
DOKTER KESEHATAN KERJA INDONESIA PADA MASA
PANDEMI COVID-19.**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Sarjana
(S1) Pada Program Studi Psikologi**

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Oleh:

**ANIDA ZULFIANI
46118010132**

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2022**

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawa ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Karya Akhir ini :

Judul : Pengaruh Kebahagiaan Otentik dan *Authentic Personal Branding* terhadap Prestasi Kerja Para Dokter di Perhimpunan Dokter Kesehatan Kerja Indonesia pada Masa Pandemi COVID-19.
Nama : Anida Zulfiani
NIM : 46118010132
Program : Program Studi Psikologi
Tanggal : 17 Februari 2022

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya **saya sendiri** dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Dekan Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana.

Karya Ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada progra, sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengelolahannya digunakan telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 8 Maret 2022

Anida Zulfiani

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul : Pengaruh Kebahagiaan Otentik dan *Authentic Personal Branding* terhadap Prestasi Kerja Para Dokter di Perhimpunan Dokter Kesehatan Kerja Indonesia pada Masa Pandemi COVID-19

Nama : Anida Zulfiani

NIM : 46118010132

Program Studi : S1 Psikologi

Tanggal Sidang : 17 Februari 2022

Pembimbing

Dr. Antonius Dieben Robinson Manurung, M.Si

Dekan Fakultas Psikologi

Ketua Program Studi Psikologi



Dr. Setiawati Intan Savitri, M.Si



Karisma Riskinanti M.Psi., Psikolog

PSI 07210142



Please Scan QR Code Verify

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul “**Pengaruh Kebahagiaan Otentik dan Authentic Personal Branding terhadap Prestasi Kerja Para Dokter di Perhimpunan Dokter Kesehatan Kerja Indonesia pada Masa Pandemi COVID-19**” telah diajukan pada Sidang Skripsi Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana Jakarta pada tanggal 17 Februari 2022. Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program sarjana (S1) pada program studi Psikologi Universitas Mercu Buana Jakarta.

Jakarta, 17 Februari 2022

Sidang Skripsi

Penguji 1



Dhani Irmawan, S.Psi., M.Sc

Penguji 2



Irma Himmatul Aliyyah, M.Psi., Psikolog

Pembimbing



Dr. Antonius Dieben Robinson Manurung, M.Si

PSI 07210142



Please Scan QR Code Verify

LEMBAR DEDIKASI



Sujud Syukur ku persembahkan kepada Allah SWT. Pemberi zat kasih sayang dan kekuatan atas karunia dan kemudahan yang Engkau berikan sehingga membuat Tugas Akhir ini dapat selesai sesuai waktunya. Tiada nikmat melebihi nikmat sehat rohani dan jasmani sehingga aku dapat menjalankan segala sesuatunya dengan baik.

Tidak lupa, ku persembahkan tugas akhir ini kepada:

Diriku sendiri

Tanpa adanya niat, motivasi, kekuatan, dan dorongan yang muncul dalam diri sendiri, tugas akhir ini tidak akan selesai seperti ini. Terima kasih atas diriku untuk perjuangan melawan segala hambatan.

Mamah dan Ayah.

Terima kasih kepada Mamah (Nani Purwanti) atas segala perjuangan yang telah kau keluarkan untuk membesarkan diriku, hingga dapat menghantarkan ku pada penyelesaian Tugas Akhir ini. Serta ayah (Alm. Deda Ahad Dewa Ludra) yang aku tahu walaupun beliau sudah tidak berada disini, namun beliau tetap tumbuh dalam hati dan menyaksikan perjalanan hidupku hingga saat ini dari atas sana.

Sahabat

Serta untuk kerabat terdekat ku (Elfira Oktavia Haryanto) sebagai seseorang yang telah mendengar keluh kesahku, menyaksikan ku mengerjakan Tugas Akhir dan melihat setiap proses langkahku. Terima kasih sudah menemani.

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat serta karunia-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan judul **“Pengaruh Kebahagiaan Otentik dan *Authentic Personal Branding* terhadap Prestasi Kerja Para Dokter di Perhimpunan Dokter Kesehatan Kerja Indonesia pada Masa Pandemi COVID-19.”**

Penulisan tugas akhir ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program sarjana S1 Psikologi di Universitas Mercu Buana. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan proposal ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih yang ditujukan kepada pihak-pihak yang telah membantu dan membimbing penyusun mulai dari perencanaan dan pelaksanaan hingga penyusunan laporan, di antaranya:

1. Dr. Antonius Dieben Robinson Manurung, M.Si selaku dosen pembimbing yang sangat profesional dan berdedikasi tinggi dalam memberikan bimbingan dan arahan. .
2. Ibu Dr. Setiawati Intan Savitri, M.Si selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Yenny, S.Psi, M.Psi, Psikolog selaku Wakil Dekan Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana
4. Ibu Karisma Riskinanti, M.Psi., Psikolog selaku Ketua Program Studi Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana.
5. Bapak Dhani Irmawan, S.Psi., M.Sc. selaku Sekretaris Program Studi Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana, yang telah memberikan semua materi perkuliahan dan bimbingan kepada penulis selama ini.
7. Organisasi IDKI yang telah berkenan untuk bekerja sama dalam penelitian ini.
8. Orangtua, keluarga dan rekan-rekan saya yang turut membantu serta memberikan motivasi dalam penyelesaian tugas akhir ini.

9. Semua pihak yang telah berkontribusi untuk meluangkan waktu dan turut membantu proses penelitian.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini memiliki banyak kekurangan. Maka dari itu, segala bentuk kritik dan saran yang dapat menyempurnakan tugas akhir ini akan ditanggapi secara positif oleh penulis. Dengan demikian, tugas akhir ini mampu berkontribusi dalam mengembangkan psikologi ke depannya.

Jakarta, 17 Januari 2022

Penulis



DAFTAR ISI

ABSTRACT	<i>i</i>
ABSTRAK	ii
LEMBAR PERNYATAAN BUKAN PLAGIAT	iii
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	iv
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	v
LEMBAR DEDIKASI	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	17
1.3 Tujuan Penelitian.....	17
1.4 Manfaat Penelitian	18
I.4.1 Manfaat Akademis	18
I.4.2 Manfaat Praktis	18
BAB II KAJIAN TEORI, PENELITIAN TERDAHULU, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS PENELITIAN	20
2.1 Kajian Teori	20
2.1.1 Prestasi Kerja	20
2.1.1.1 Pengertian Prestasi Kerja.....	20
2.1.1.2 Aspek-aspek Prestasi Kerja	21
2.1.1.3 Faktor-faktor yang Memengaruhi Prestasi Kerja ...	23
2.1.2 <i>Authentic Personal Branding</i>	23
2.1.2.1 Pengertian <i>Authentic Personal Branding</i>	23
2.1.2.2 Aspek-aspek <i>Authentic Personal Branding</i>	25
2.1.2.3 Tujuan <i>Authentic Personal Branding</i>	26
2.1.3 Kebahagiaan Otentik.....	26
2.1.3.1 Pengertian Kebahagiaan Otentik	26

2.1.3.2	Aspek-aspek Kebahagiaan Otentik.....	27
2.1.3.3	Faktor-faktor yang Memengaruhi Kebahagiaan Otentik	28
2.2	Penelitian Terdahulu	31
2.3	Kerangan Pemikiran.....	35
2.4	Hipotesis Penelitian.....	39
BAB III METODE PENELITIAN		41
3.1	Desain Penelitian.....	41
3.2	Variabel Penelitian	41
3.3	Populasi dan Sampel Penelitian	42
3.3.1	Populasi Penelitian.....	42
3.3.2	Sampel Penelitian	42
3.4	Definisi Konseptual, Definisi Operasional, dan Instrumen Penelitian	43
3.4.1	Definisi Konseptual.....	43
3.4.2	Definisi Operasional.....	43
3.4.3	Instrumen Penelitian.....	44
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	49
3.5.1	Teknik Pengumpulan Data Primer	49
3.5.2	Teknik Pengumpulan Data Sekunder.....	49
3.6	Teknik Analisa Data.....	49
3.6.1	Analisis Deskriptif	49
3.6.2	Uji Kualitas Instrumen	49
3.6.3	Uji Asumsi Klasik.....	50
3.6.4	Uji Hipotesis	51
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		56
4.1	Hasil Penelitian	56
4.1.1	Gambaran Responden	56
4.1.2	Deskripsi Jawaban Responden.....	56
4.1.3	Uji Kualitas Instrumen	63
4.1.3.1	Hasil Uji Validitas	63
4.1.3.2	Hasil Uji Reliabilitas	68
4.1.4	Uji Asumsi Klasik.....	69

4.4.1 Hasil Uji Normalitas.....	69
4.4.2 Hasil Uji Lineraritas	70
4.4.3 Hasil Uji Multikolinearitas	71
4.4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas	71
4.1.5 Uji Hipotesis	72
4.1.5.1 Analisis Regresi Sederhana	72
4.1.5.2 Analisis Regresi Berganda	74
4.1.5.3 Uji Hipotesis 1 dan Hipotesis 2 dengan Uji t.....	75
4.1.5.4 Uji Hipotesis 3 dengan Uji F.....	76
4.1.5.5 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	77
4.1.5.6 Korelasi Matriks Antar Dimensi	78
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian	80
4.3 Implikasi terhadap Psikologi Industri dan Organisasi	91
BAB V KESIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN SARAN.93	
5.1 Kesimpulan	93
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	94
5.3 Saran.....	95
5.3.1 Saran Teoritis	95
5.3.2 Saran Praktis	96
DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN	106

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Hasil Pra Penelitian Prestasi Kerja IDKI	5
Tabel 1.2	Anteseden Prestasi Kerja di IDKI	8
Tabel 1.3	Hasil Pra Penelitian <i>Authentic Personal Branding</i>	11
Tabel 1.4	Hasil Pra Penelitian Kebahagiaan Otentik	15
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	31
Tabel 3.1	Skala <i>Likert</i>	45
Tabel 3.2	<i>Blueprint</i> Prestasi Kerja	46
Tabel 3.3	<i>Blueprint Authentic Personal Branding</i>	47
Tabel 3.4	<i>Blueprint</i> Kebahagiaan Otentik	48
Tabel 3.5	Analisis Matriks Korelasi Antar Dimensi	54
Tabel 3.6	Interpretasi Koefisien Korelasi	55
Tabel 4.1	Tanggapan Responden Mengenai Prestasi Kerja	57
Tabel 4.2	Tanggapan Responden Mengenai <i>Authentic Personal Branding</i>	59
Tabel 4.3	Tanggapan Responden Mengenai Kebahagiaan Otentik	61
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas Prestasi Kerja	64
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas <i>Authentic Personal Branding</i>	65
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Kebahagiaan Otentik	66
Tabel 4.7	Hasil Uji Reliabilitas	68
Tabel 4.8	Hasil Uji Normalitas	69
Tabel 4.9	Hasil Uji Linearitas	70
Tabel 4.10	Hasil Uji Multikolinearitas	71

Tabel 4.11 Hasil Uji Heteroskedastisitas	72
Tabel 4.12 Hasil Uji Pengaruh Kebahagiaan Otentik terhadap Prestasi Kerja	73
Tabel 4.13 Hasil Uji Pengaruh <i>Authentic Personal Branding</i> terhadap Prestasi Kerja	73
Tabel 4.14 Hasil Uji Pengaruh Kebahagiaan Otentik dan <i>Authentic Personal Branding</i> terhadap Prestasi Kerja.....	74
Tabel 4.15 Hasil Uji t	75
Tabel 4.16 Hasil Uji F	76
Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi Kebahagiaan Otentik terhadap Prestasi Kerja	77
Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi <i>Authentic Personal Branding</i> terhadap Prestasi Kerja.....	77
Tabel 4.19 Hasil Uji Koefisien Determinasi Kebahagiaan Otentik dan <i>Authentic Personal Branding</i> terhadap Prestasi Kerja	78
Tabel 4.20 Hasil Matriks Korelasi Antar Dimensi.....	79



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran Pengaruh Kebahagiaan Otentik dan <i>Authentic Personal Branding</i> terhadap Prestasi Kerja.	39
------------	--	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 ...Pedoman Diskusi Kelompok Terpumpun/ <i>Focus Group Discussion</i> (<i>FGD</i>) Prestasi Kerja Para Dokter di Perhimpunan Dokter Kesehatan Kerja (IDKI)	107
Lampiran 2 Verbatim Diskusi Kelompok Terpumpun Prestasi Kerja IDKI	109
Lampiran 3 Pedoman Anteseden Prestasi Kerja di IDKI	120
Lampiran 4 Pedoman Pengisian Kuesioner Pra-Penelitian.....	122
Lampiran 5 Pedoman Pengisian Kuesioner Penelitian	125
Lampiran 6 Hasil Analisis Deskriptif Prestasi Kerja	134
Lampiran 7 Hasil Analisis Deskriptif Kebahagiaan Otentik	136
Lampiran 8 Hasil Analisis Deskriptif <i>Authentic Personal Branding</i>	139
Lampiran 9 Hasil Uji Validitas Prestasi Kerja.....	141
Lampiran 10 Hasil Uji Validitas Kebahagiaan Otentik	158
Lampiran 11 Hasil Uji Validitas <i>Authentic Personal Branding</i>	177
Lampiran 12 Hasil Uji Reliabilitas Prestasi Kerja	200
Lampiran 13 Hasil Uji Reliabilitas Kebahagiaan Otentik	202
Lampiran 14 Hasil Uji Reliabilitas <i>Authentic Personal Branding</i>	205
Lampiran 15 Hasil Uji Normalitas.....	207
Lampiran 16 Hasil Uji Linearitas.....	208
Lampiran 17 Hasil Uji Multikolinearitas	209
Lampiran 18 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	210
Lampiran 19 Hasil Uji Regresi Sederhana.....	211
Lampiran 20 Hasil Uji Regresi Berganda	212
Lampiran 21 Hasil Uji t	213
Lampiran 22 Hasil Uji F	214
Lampiran 23 Hasil Uji Koefisien Determinasi	215
Lampiran 24 Hasil Matriks Korelasi antar Dimensi	21