

Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FPSI

Pengaruh Modal Psikologis terhadap Burnout pada Karyawan Marketing

Hanny Mustika Dhea

Deskripsi Lengkap: <http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=74009&lokasi=lokal>

Abstrak

Karyawan marketing dalam suatu perusahaan tentu saja banyak mengalami tuntutan pekerjaan yang dapat menimbulkan burnout. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh burnout terhadap modal psikologis pada karyawan marketing. Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah Psychological Capital Questionare (PCQ) yang disusun oleh Luthans et al, (2007) dan MBI (Maslach Burnout Inventory) yang disusun oleh Maslach (1981). Penelitian ini melibatkan 172 responden karyawan marketing yang bekerja di perusahaan swasta di bagian pembiayaan daerah Jabodetabek dan menggunakan analisis regresi linier sederhana dan semua data statistic dihitung dengan menggunakan software SPSS versi 22. Hasil dari penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara modal psikologis terhadap burnout pada karyawan marketing. Nilai R square untuk analisa regresi pada pengaruh modal psikologis terhadap burnout adalah sebesar 0,027 dengan nilai beta sebesar -,166 dan nilai signifikan sebesar 0,031 (<0,05) Modal Psikologi menyumbang 2,7% dari Burnout dan sekitar 97,3% dari faktor yang peneliti tidak ketahui. Hasil tersebut menunjukkan bahwa modal psikologis mempengaruhi burnout pada karyawan marketing dengan arah yang negatif. Maka dari itu dapat dikatakan bahwa semakin tinggi nilai modal psikologis yang dimiliki oleh karyawan marketing maka semakin rendah pula tingkat burnout yang dialami karyawan tersebut.