

Pengaruh *Occupational Self-Efficacy* terhadap *Work Engagement* pada Karyawan Divisi Marketing Bank Syariah Indonesia KCP Suniaraja Bandung

Yurfa Auliya Putri^{*}, Hendro Prakoso

Prodi Ilmu Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

*yurfaauliya@gmail.com, rimatadu@gmail.com

Abstract. Study of occupational self-efficacy on work engagement in marketing division of BSI KCP Suniaraja Bandung was carried out because marketing employees performed the bank's main function as funding and lending. The research method used is the causality method with the number of participant is 17 employees of division marketing of BSI KCP Suniaraja Bandung. Occupational Self-Efficacy was measured using OSE Scale from Pethe, et al. and Work Engagement using UWES Scale from Schaufeli & Bakker. The finding shows that 95.5 % marketing division employees have a high level of occupational self-efficacy and 95.5 % have a high level of work engagement. Based on regression results, it was found that occupational self-efficacy contributed 69.9% significant effect on work engagement.

Keywords: *Occupational Self-Efficacy, Work Engagement, Marketing Division Employees.*

Abstrak. Penelitian pengaruh occupational self-efficacy terhadap work engagement dilakukan pada karyawan divisi marketing BSI KCP Suniaraja Bandung karena divisi marketing mengemban fungsi utama bank yaitu funding dan lending. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kausalitas dengan jumlah subjek sebanyak 17 karyawan divisi maketing BSI KCP Suniaraja Bandung. Penelitian ini menggunakan skala psikologis dengan alat ukur occupational self-efficacy dari Pethe, dkk dan alat ukur work engagement dari Schaufeli & Bakker. Dari hasil pengukuran yang dilakukan ditemukan bahwa 95.5 % karyawan memiliki tingkat occupational self-efficacy yang tinggi dan 95.5 % karyawan memiliki tingkat work engagement tinggi. Berdasarkan hasil regresi ditemukan bahwa occupational self-efficacy berpengaruh signifikan terhadap work engagement sebesar 69.9 %.

Kata Kunci: *Occupational Self-Efficacy, Work Engagement, Karyawan Divisi Marketing .*

A. Pendahuluan

Work Engagement adalah keadaan afektif motivasional yang positif dan terkait dengan well-being dalam pekerjaan yang dicirikan oleh *vigour*, *dedication*, dan *absorption* (Schaufeli et al., 2002). *Work engagement* berkaitan secara positif terhadap komitmen, *performance* dan kesehatan (Bakker, 2002). Karyawan akan mengarah pada kreativitas, inovasi, kepuasan klien, produktivitas, komitmen karyawan, profitabilitas, dan kesuksesan bisnis karena adanya *work engagement* (Attridge 2009; Simpson 2009; dalam Malinowski & Lim, 2015; Bakker, 2017).

JD-R Models digunakan untuk menjelaskan bagaimana kondisi *work engagement* dapat dihasilkan oleh dua rangkaian kondisi kerja tertentu yaitu *job demands* dan *job resources*. Xanthopoulou, Bakker, Demerouti, & Schaufeli (2007) menyatakan dalam penelitiannya bahwa *personal resources* memainkan peran penting dalam model JD-R karena akan meningkatkan keefektifan *job resources* dalam menghadapi *job demands*.

Salah satu *personal resources* yang berpengaruh adalah *self-efficacy* pada ranah pekerjaan karena dapat membuat individu meningkat dalam menggunakan *job resources* yang dimilikinya dalam mengimbangi *job demands* yang tinggi. *Occupational self-efficacy* adalah kepercayaan pada kemampuan dan kompetensi seseorang untuk perform dalam suatu pekerjaan (Pethe, dkk. 1999). Orang dengan *occupational self-efficacy* yang tinggi memiliki motivasi intrinsik dalam mencapai tujuan dan percaya bahwa mereka mampu menghadapi beban kerja tinggi yang menyebabkan *work engagement* tingkat tinggi dalam pekerjaan mereka (Abele; Luthans & Youssef, 2007).

Beberapa penelitian telah menunjukkan adanya pengaruh *occupational self-efficacy* terhadap *work engagement*. Pada tahun 2018, Guarnaccia et al. melakukan penelitian terhadap beberapa karyawan tetap dan karyawan kontrak pada beberapa perusahaan di sektor swasta dan umum di Italia. Hasilnya menunjukkan bahwa karyawan kontrak memiliki *work engagement* yang lebih rendah dari pada karyawan tetap karena memiliki *job satisfaction* rendah, hal tersebut berkaitan dengan tingginya rasa *insecurity* pada pekerjaannya sehingga menyebabkan kondisi *unengaged*.

Penelitian terbaru dilakukan pada tahun 2019 oleh Liu, J dan Huang, J pada mahasiswa magister yang bekerja *part-time* di Cina, mereka menemukan bahwa *occupational self-efficacy* mempengaruhi *work engagement*. Orang dengan *occupational self-efficacy* yang tinggi akan meningkatkan sikap kerjanya seperti *job satisfaction* dan *organizational commitment* sehingga akan lebih *engaged* pada pekerjaannya (Liu, J dan Huang, J., 2019).

Penelitian lain dilakukan oleh Chaudhary, R., Rangnekar, S., dan Barua (2012) terhadap *manager* dan *non manager* di organisasi layanan dan perusahaan manufaktur *sector public* dan swasta di India. Penelitian ini menemukan bahwa *occupational self-efficacy* secara signifikan memprediksi *work engagement*. Karyawan dengan *self-efficacy* lebih tinggi cenderung menjadi karyawan yang percaya diri dan merasa nyaman dalam bekerja, mereka cenderung menunjukkan minat yang lebih besar pada pekerjaan mereka (Chaudhary, R., Rangnekar, S., dan Barua, 2012), akibatnya mereka merasa lebih termotivasi dan terikat (Salanova et al., 2011).

Penelitian yang dilakukan Chaudhary, R., Rangnekar, S., dan Barua (2012) belum membedakan hasilnya antara level *manager* dan *non manager* di organisasi layanan ataupun perusahaan manufaktur, padahal ada perbedaan diantara keduanya. *Level non manager* tidak memiliki tugas yang terkait dengan aktivitas *level manager* yaitu memimpin dan mengelola orang dalam tim. Hal tersebut menunjukkan perbedaan *job demands* antara *non manager* dan *manager* sehingga penelitian Chaudary, et al (2012) belum menunjukkan secara jelas pengaruh *occupational self-efficacy* terhadap *work engagement* pada karyawan pelaksana.

Organisasi layanan terdiri dari berbagai jenis di antaranya adalah perbankan, maskapai penerbangan, asuransi, kesehatan, dan sebagainya (Schneider, B. 1980). Industri perbankan merupakan organisasi layanan yang tanpa keberadaannya akan menyebabkan industri lain hampir tidak bisa hidup (A. Hasymi Ali, 1989). Studi *work engagement* penting dilakukan pada industri perbankan karena dalam menjalankan bisnisnya, bank memerlukan karyawan yang *engaged* untuk menghasilkan tingkat kinerja dan kepuasan klien yang tinggi (Garg et al., 2018). Selain itu, Demerouti & Cropanzano (2008) menyatakan bahwa hubungan psikologis

yang kuat antara pemikiran dan perasaan karyawan dengan pekerjaannya sangat penting dimiliki oleh organisasi layanan ekonomi di abad ke-21. Hal tersebut berkaitan dengan *work-performance*.

Karyawan divisi marketing memiliki peranan dalam menjalankan fungsi utama bank sebagai lembaga intermediasi, yaitu mentransfer dana dari penabung ke pihak peminjam dana dan memfasilitasi pembayaran barang dan jasa. Karakteristik pekerjaan divisi marketing bank menuntut karyawannya untuk mampu mengembangkan kemampuan interpersonal karena berhadapan terus dengan pelanggan, serta menyadari dan memenuhi kebutuhan pelanggan (Schneider et al. 1980).

Oleh karena itu, peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian mengenai pengaruh *occupational self-efficacy* terhadap *work engagement* pada karyawan pelaksana organisasi layanan yaitu karyawan divisi marketing. Penelitian ini dilakukan di Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Suniaraja Bandung.

Berdasarkan data *funding* dan *lending* divisi marketing BSI KCP Suniaraja Bandung, karyawan mampu menunjukkan *performance* yang optimal meskipun dengan *job demands* yang tinggi.

Tabel 1. Perolehan *Funding* dan *Lending* Divisi Marketing BSI KCP Suniaraja Bandung

Bulan / Tahun	Funding (Juta)	Lending (Juta)
Februari / 2021	283,017	173.105
Maret / 2021	283,820	176.682
April / 2021	297,665	179.184
Mei / 2021	310,604	179.608
Juni / 2021	307,108	181.511

Tingkat *performance* divisi marketing terlihat dari seberapa mampu karyawan mencapai target setiap kurun waktu. Tabel 1.1 menunjukkan bahwa dalam waktu lima bulan berdirinya BSI, *performance* divisi marketing cenderung meningkat setiap bulannya padahal memiliki *job demands* yang tinggi. Perolehan tertinggi terjadi pada bulan Mei 2021 yaitu sebesar 310,604 Milyar dan perolehan terendah terjadi pada bulan Februari yaitu sebesar 286,017 Milyar.

Berdasarkan hasil wawancara, karyawan divisi marketing BSI KCP Suniaraja memiliki kepercayaan bahwa kompetensi dan kemampuan yang dimilikinya berperan penting dalam mencapai *performance* yang diharapkan oleh perusahaan. Karyawan yang memiliki *occupational self-efficacy* yang tinggi cenderung mengerahkan lebih banyak usaha dan gigih serta menetapkan tujuan yang menantang cenderung menunjukkan keadaan afektif motivasional yaitu *work engagement*. Oleh karena itu, karyawan membutuhkan *occupational self-efficacy* yang tinggi untuk dapat menggunakan *job resources* secara efektif dan menghadapi *job demands* yang tinggi di divisi marketing dalam mencapai kondisi *work engagement*.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: “Seberapa besar pengaruh *occupational self-efficacy* terhadap *work engagement* pada karyawan divisi marketing Bank Syariah Indonesia KCP Suniaraja Bandung”. Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sbb.

1. Untuk mengetahui seberapa besar karyawan divisi marketing Bank Syariah Indonesia KCP Suniaraja Bandung.
2. Untuk mengetahui karyawan divisi marketing Bank Syariah Indonesia KCP Suniaraja Bandung.
3. Untuk mengetahui seberapa pengaruh *occupational self-efficacy* terhadap *work engagement* pada karyawan divisi marketing Bank Syariah Indonesia KCP Suniaraja Bandung.

B. Metodologi Penelitian

Occupational self-efficacy

Occupational self-efficacy adalah kepercayaan pada kemampuan dan kompetensi seseorang

untuk perform dalam suatu pekerjaan (Pethe, dkk. 1999). Terdapat enam sumber OSE yaitu *confidence, command, adaptability, personal effectiveness, positive attitude* dan *individuality*. Individu dengan *occupational self-efficacy* yang tinggi menetapkan tujuan terkait karir yang lebih tinggi untuk diri mereka sendiri, menginvestasikan lebih banyak usaha dalam karir mereka dan bertahan lebih lama pada berbagai tugas yang berhubungan dengan kesuksesan (Abele & Spurr, 2009a; Bandura, 1997; Lent et al., 1994).

Work Engagement

Work engagement didefinisikan sebagai keadaan afektif motivasional yang positif dan terkait dengan *well-being* dalam pekerjaan yang dicirikan oleh *vigour, dedication, dan absorption* (Schaufeli et al., 2002). Bakker & Demerouti (2009) menyatakan bahwa karyawan yang memiliki *work engagement* tinggi akan lebih positif terhadap pekerjaan dan organisasi, menghormati rekan kerja, saling membantu untuk meningkatkan performa kerja, meningkatkan keterampilan, aktif dan memiliki performa kerja yang selalu meningkat.

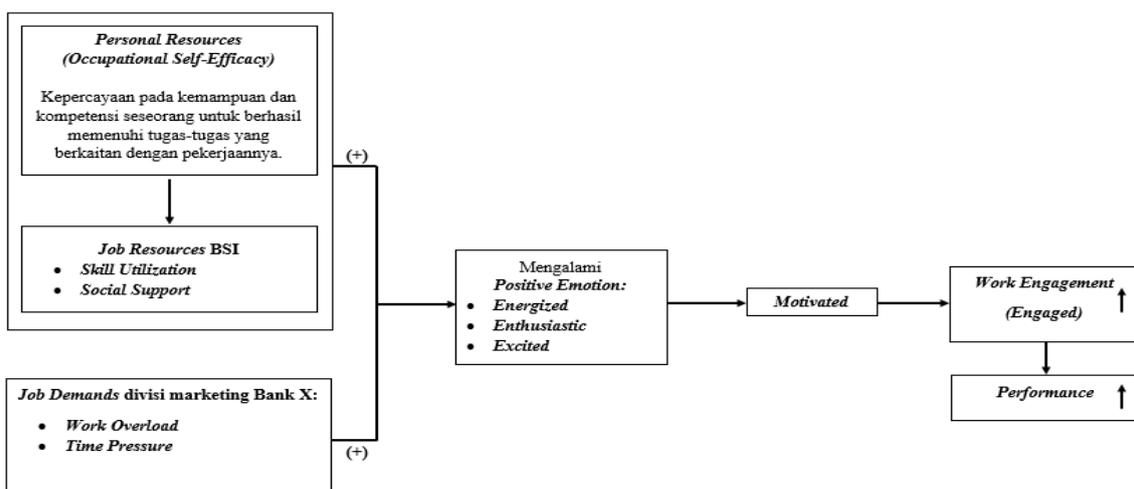
Schaufeli, Salanova dan Bakker (2002) menjelaskan bahwa terdapat tiga dimensi di dalam *work engagement*, yaitu :

1. **Vigour**, ditandai dengan tingkat energi dan ketahanan mental yang tinggi saat bekerja, kemauan untuk memberikan usaha dalam pekerjaan dan ketekunan juga dalam menghadapi kesulitan.
2. **Dedication**, perasaan keikutsertaan yang intens pada pengerjaan tugas ditandai dengan rasa signifikansi, antusiasme, inspirasi, kebanggaan, dan tantangan.
3. **Absorption**, ditandai dengan konsentrasi penuh dan dengan senang hati ketika bekerja, di mana waktu berlalu dengan cepat dan seseorang mengalami kesulitan untuk melepaskan diri dari pekerjaan (Schaufeli, Salanova, Gonzalez-Roma, & Bakker, 2002).

JD-R

Job Demand-Resources (JD-R) Model menjelaskan kategori dalam kondisi kerja yaitu *job demands* dan *job resources*. *JD-R Model* menyatakan bahwa *job demands* (yaitu, tuntutan fisik, tekanan waktu, kerja shift) berhubungan dengan exhaustion, sedangkan kekurangan *job resource* dikaitkan dengan *disengagement*.

Secara teoritis, model JD-R mengasumsikan dua proses: (1) *Energetic Process* dari *job demands* yang berlebihan dan kelelahan di mana *job demands* tersebut menghabiskan cadangan energi karyawan; (2) *Motivational Process*, di mana kurangnya *job resource* dapat menghambat penanganan *job demands* yang tinggi secara efektif dan mendorong mental withdrawal atau *disengagement*. Oleh karena itu, model JD-R ini dapat memprediksi *work engagement* yang berhubungan dengan *job resources, personal resources, kesehatan, dan outcomes*.



Gambar 1. Kerangka Pikir

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kausalitas non eksperimental dengan pendekatan kuantitatif karena bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari *occupational self-efficacy* terhadap *work engagement*. Teknik populasi digunakan dalam penelitian ini dengan mengambil subjek 17 karyawan tetap divisi marketing BSI KCP Suniaraja Bandung. Data dikumpulkan menggunakan lembar kuesioner yang berisikan penjelasan singkat mengenai penelitian, *informed consent*, lembar identitas diri dan lembar pengisian kuesioner.

Occupational Self-Efficacy diukur menggunakan 19 item *Occupational Self-Efficacy Scale (OSES)* oleh Pethe, et al. (2000) yang telah diadaptasi ke dalam Bahasa Indonesia. Pertanyaannya “Saya mampu berkontribusi untuk menghasilkan keputusan yang signifikan” diukur dengan skala likert dimulai dari 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju).

Work engagement diukur menggunakan 17 item *Utrecht Work Engagement Scale (UWES)*; Schaufeli et al., 2002) dalam skala likert dengan 7 skala dimulai dari 1 (tidak pernah) hingga 7 (selalu). Alat ukur ini menggunakan terjemahan asli dalam Bahasa Indonesia yang sudah di *publish* melalui *website* www.wilmarschaufeli.nl.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pengaruh Occupational Self-Efficacy terhadap Work Engagement

Tabel 2. Hasil Analisis Koefisien Determinasi (*Model Summary*)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.836 ^a	.699	.519	6.16482

a. Predictors: (Constant), *Occupational Self-Efficacy*

b. Dependent Variable: *Work Engagement*

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari data Tabel 3.1, diketahui bahwa nilai koefisien determinasi (R^2) adalah .573, artinya *occupational self-efficacy* mempengaruhi *work engagement* pada karyawan divisi marketing BSI sebesar 69.9 %.

Tabel 3. Hasil Analisis Regresi Simultan / Uji F

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	884.421	6	147.403	3.879	.029 ^b
	Residual	380.050	10	38.005		
	Total	1264.471	16			

a. Dependent Variable: *work engagement*

b. Predictors: (Constant), *confidence, command, adaptability, personal effectiveness, positive attitude, individuality.*

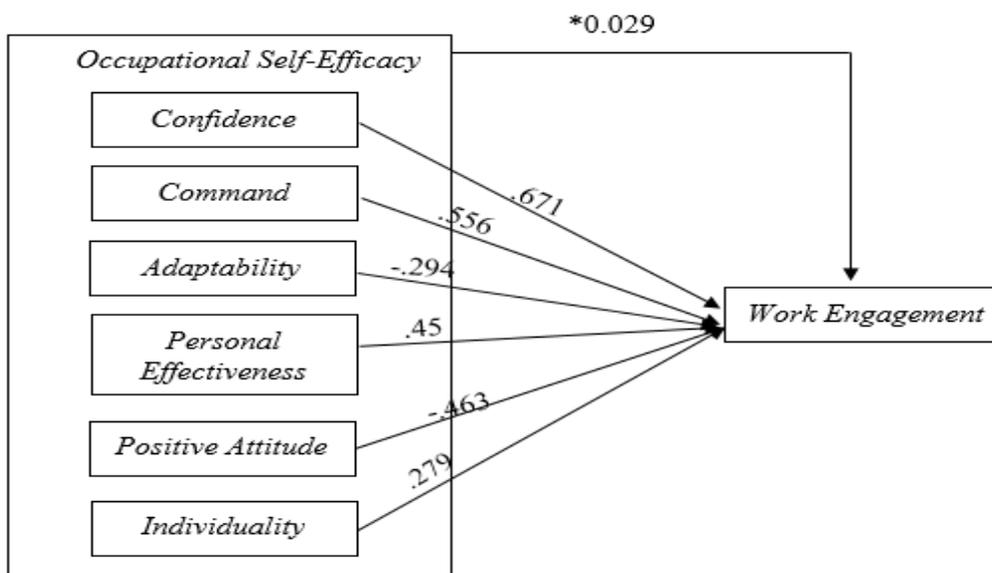
Berdasarkan uji F diatas, ditemukan bahwa hasil uji F atau regresi simultan seluruh dimensi *occupational self-efficacy* terhadap *work engagement* adalah signifikan dengan nilai $0.029 < 0.05$.

Tabel 4. *Persamaan Regresi Linier Berganda (Coefficients²)*

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1 (Constant)	52.396	18.401		2.848	0.17
Confidence	1.875	1.066	.671	1.760	.101
Command	3.489	2.037	.556	1.713	.118
Adaptability	-1.425	2.276	-.294	-.629	.5545
Personal Effectiveness	.263	1.587	.045	.166	.872
Positive attitude	-2.998	1.372	-.463	-2.185	.054
Individuality	2.214	2.000	.279	1.107	.294

Dari tabel diatas diperoleh nilai a yaitu sebesar 52.396, b1 sebesar 1.875, β2 sebesar 3.489, β3 sebesar -1.425, β4 sebesar 0.263 dan β5 sebesar -2.998 dan β6 sebesar 2.214. Dengan demikian, persamaan regresi linier berganda untuk output penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = 52.396 + 1.875X_1 + 3.489X_2 + (-1.425X_3) + 0.263X_4 + (-2.998X_5) + 2.214X_6$$



Gambar 2. Pengaruh Occupational Self-Efficacy terhadap Work Engagement

Berdasarkan gambar pengolahan data di atas, ditemukan bahwa *occupational self-efficacy* memiliki pengaruh signifikan terhadap *work engagement* dengan nilai signifikansi 0.029 dan masing-masing dimensi *occupational self-efficacy* berpengaruh signifikan terhadap *work engagement*.

Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh occupational self-efficacy terhadap work engagement pada karyawan divisi marketing BSI KCP Suniaraja Bandung.

Berdasarkan Tabel 3.1 dapat dilihat bahwa pengaruh occupational self-efficacy terhadap work engagement tinggi yaitu 69.9% (R²= 0.699, Tabel 3.1). Berdasarkan hasil analisis regresi simultan / uji F (Tabel 3.2) terdapat pengaruh yang signifikan pada occupational self-efficacy terhadap work engagement (F = 3.879, p < 0.05). Dari hasil ini dapat dikatakan bahwa pengaruh occupational self-efficacy terhadap work engagement besar

dan signifikan.

Karyawan divisi marketing menghadapi *job demands* tinggi yaitu *work overload* dan *time pressure*. Untuk menghadapi *job demands* tersebut, maka karyawan dengan *occupational self-efficacy* tinggi mampu meningkatkan *job resources* yang telah ada pada dirinya yaitu *skill utilization*. Seiring meningkatnya keyakinan karyawan akan kemampuan dan kompetensinya di pekerjaan, maka itu akan meningkatkan pemanfaatan *skill* yang dimiliki karyawan.

Tingginya *occupational self-efficacy* divisi marketing tersebut meningkatkan keefektifan *skill utilization* dalam menghadapi *demands* yang ada yaitu *work overload* dan *time pressure* sehingga karyawan terhindar dari stress kerja dan mengalami emosi positif ketika bekerja yaitu *enthusiasm*, *excitement* dan *energized*. Emosi-emosi tersebut menyebabkan karyawan termotivasi untuk menyelesaikan tugas yang diberikan sehingga meningkatkan dimensi *work engagement* yaitu *vigor*, *dedication* dan *absorption*.

Karyawan merasakan emosi positif *enthusiastic* sehingga merasa bersemangat ketika melakukan berbagai kunjungan instansi, berusaha tampil dengan baik dan berhasil mendapatkan kontrak *funding/lending* dengan instansi. Karyawan merasakan *excitement* ditunjukkan dengan rasa senang karyawan ketika telah berhasil mencapai target dan mencetak prestasi baru bagi divisi marketing. Karyawan merasakan *energized* ketika bekerja maka mereka fokus ketika bekerja sehingga merasa waktu berlalu begitu saja dan terus berupaya untuk mendapatkan kontrak *funding/lending* dari instansi meskipun banyak hambatan dalam prosesnya. Karyawan merasa bangga akan pekerjaannya di BSI karena percaya bahwa BSI akan menjadi tempat yang tepat untuk membangun karir. *Work engagement* yang tercapai di divisi marketing meningkatkan performa karyawan ketika bekerja.

Dimensi-dimensi *occupational self-efficacy* yaitu *confidence*, *command*, *adaptability*, *personal effectiveness*, *positive attitude* dan *individuality* tidak berdiri sendiri tetapi akan saling berkaitan dan berinteraksi satu sama lain. Karyawan yakin dapat memanfaatkan *skill* yang dimiliki (*confidence*), memiliki kontrol atas lingkungan dan memenuhi motivasi untuk otonomi (*commands*), beradaptasi dengan situasi apapun yang terjadi di pekerjaan (*adaptability*), berkeinginan untuk terus meningkatkan *skill* yang dimiliki (*personal effectiveness*), memanfaatkan *skill* untuk menetapkan target tinggi (*positive attitude*) dan memiliki kendali atas situasi kerja (*individuality*) sehingga kondisi OSE yang tinggi tercapai. Apabila kondisi tersebut terjadi maka memberikan pengaruh *work engagement*.

D. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian terhadap karyawan divisi marketing BSI KCP Suniaraja Bandung, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Karyawan divisi marketing memiliki tingkat *occupational self-efficacy* yang tinggi.
2. Masa kerja dapat menentukan tingkat *occupational self-efficacy* yang tinggi karena berkaitan dengan sumber efikasi diri yaitu *mastery experiences*, ketika individu memiliki banyak pengalaman keberhasilan dalam melakukan sesuatu maka individu akan semakin mengeluarkan upaya lebih besar, bertahan pada tugas yang sulit dan menganggap tugas sulit sebagai tantangan yang harus dihadapi.
3. Karyawan divisi marketing BSI KCP Suniaraja Bandung memiliki tingkat *work engagement* yang tinggi.
4. *Occupational self-efficacy* memberikan pengaruh besar terhadap *work engagement* pada karyawan divisi marketing BSI KCP Suniaraja Bandung sebesar 69.9 % dengan nilai signifikansi *0.029.
5. Masing-masing dimensi *occupational self-efficacy* tidak berdiri sendiri, saling berkaitan dan harus berinteraksi satu sama lain untuk memberi pengaruh pada *work engagement*.

Acknowledge

Terima kasih kepada pembimbing Bapak Hendro Prakoso, Drs., M. Si. Psikolog dan Bapak Vici Sofiana Putera, S.Psi., M.Psi.T. yang telah membimbing pelaksanaan penelitian hingga akhir. Terima kasih kepada karyawan divisi marketing BSI KCP Suniaraja Bandung yang

telah berpartisipasi sebagai responden dalam penelitian ini.

Daftar Pustaka

- [1] Chaudhary, R., Rangnekar, S., & Barua, M. K. (2012). Relationships between occupational self efficacy, human resource development climate, and work engagement. *Team Performance Management*, 18(7), 370–383. <https://doi.org/10.1108/13527591211281110>
- [2] Guarnaccia, C., Scrima, F., Civilleri, A., & Salerno, L. (2018). The Role of Occupational Self-Efficacy in Mediating the Effect of Job Insecurity on Work Engagement, Satisfaction and General Health. *Current Psychology*, 37(3), 488–497. <https://doi.org/10.1007/s12144-016-9525-0>
- [3] Liu, E., & Huang, J. (2019). Occupational self-efficacy, organizational commitment, and work engagement. *Social Behavior and Personality*, 47(8). <https://doi.org/10.2224/sbp.8046>
- [4] Spurk, D., & Abele, A. E. (2014). Synchronous and time-lagged effects between occupational self-efficacy and objective and subjective career success: Findings from a four-wave and 9-year longitudinal study. *Journal of Vocational Behavior*, 84(2), 119–132. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2013.12.002>
- [5] Bakker, A. B., & Demerouti, E. (2008). Towards a model of work engagement. *Career Development International*, 13(3), 209–223. <https://doi.org/10.1108/13620430810870476>
- [6] A .Hasymi Ali, Bidang Usaha Asuransi, Bumi Aksara, Jakarta, 1995.
- [7] Schneider, B. (2980). *The Service Organization: Climate is Crucial*. American Management associations. 52 (65). 0090-2616/80/0015-0052/\$02.00/O
- [8] Chaudhary, R. (2014). Occupational Self Efficacy Expectations among Indian Executives: Examining the Psychometric Properties of Occupational Self Efficacy Scale (OSES). *Global Business Review*, 15(1), 47–58. <https://doi.org/10.1177/0972150913515603>
- [9] Schaufeli, W. B., & Bakker, A. B. (2003). Work & Well-being Survey (UWES). *Psyc TESTS*, 0, 2003. https://www.wilmarschaufeli.nl/publications/Schaufeli/Tests/UWES_GB_17.pdf
- [10] Attridge, M. (2009). Measuring and managing employee work engagement: A review of the research and business literature. *Journal of Workplace Behavioral Health*, 24(4), 383–398. <https://doi.org/10.1080/15555240903188398>