

Pengaruh *Self Efficacy* Dan *Psychological Capital* Terhadap Prestasi Kerja Dengan Motivasi Intrinsik Sebagai Variabel Mediasi

Novita Arum Budiarti¹⁾, Karuniawati Hasanah²⁾, Robby Sandhi Dessyarti³⁾

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun
email: novitaarum1110@gmail.com

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun
email: aan.karuniawati@unipma.ac.id

³Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun
email: robbeyvan@unipma.ac.id

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh *Self-Efficacy*, dan *Psychological Capital* terhadap Prestasi Kerja. Serta pengaruh tidak langsung *Self-Efficacy*, dan *Psychological Capital* terhadap Prestasi Kerja melalui Motivasi Intrinsik sebagai variabel mediasi. Penelitian ini dilakukan di PT. Hebe Beauty Style. Sampel penelitian ini sebanyak 64 responden. Penelitian ini termasuk dalam pendekatan kuantitatif dengan metode SEM-PLS. Analisis data dilakukan dengan menggunakan bantuan software SmartPLS 4. Hasil dari penelitian ini adalah *Self-Efficacy* berpengaruh terhadap Motivasi Intrinsik, *Psychological Capital* berpengaruh terhadap Motivasi Intrinsik, *Self-Efficacy* tidak berpengaruh terhadap Prestasi Kerja, *Self-Efficacy* dan *Psychological Capital* berpengaruh secara tidak langsung terhadap Prestasi Kerja.

Kata Kunci: *Self-Efficacy*, *Psychological Capital*, Prestasi Kerja, Motivasi Intrinsik

Abstract

The purpose of this study was to determine whether there is an influence of Self-Efficacy, and Psychological Capital on Work Performance. As well as the indirect influence of Self-Efficacy, and Psychological Capital on Work Performance through Intrinsic Motivation as a mediating variable. This research was conducted at PT. Hebe Beauty Style. The sample of this study was 64 respondents. This research is included in the quantitative approach with the SEM-PLS method. Data analysis was carried out using the help of SmartPLS 4 software. The results of this study are Self-Efficacy influences Intrinsic Motivation, Psychological Capital influences Intrinsic Motivation, Self-Efficacy does not influence Work Performance, Self-Efficacy and Psychological Capital have an indirect influence on Work Performance.

Keywords: *Self-Efficacy*, *Psychological Capital*, Job Performance, Intrinsic Motivation

A. PENDAHULUAN

Sumber Daya Manusia di dalam perusahaan merupakan aspek penting dalam mencapai keberhasilan organisasi. Manajemen sumber daya manusia melibatkan perencanaan strategis dan operasional yang mencakup rekrutmen, pelatihan, pengembangan, manajemen kinerja, serta kompensasi dan benefit bagi karyawan. Efektivitas manajemen sumber daya manusia berpengaruh langsung terhadap produktivitas dan keberlanjutan perusahaan. Persaingan di dunia bisnis yang semakin ketat, perusahaan dituntut untuk memiliki sumber daya manusia yang kompeten dan adaptif terhadap perubahan. Menurut Hasibuan (2006) Sumber daya manusia adalah ilmu dan keterampilan dalam mengelola hubungan serta peran tenaga kerja untuk mencapai efisiensi dan efektivitas dalam mendukung tercapainya tujuan perusahaan, karyawan, dan masyarakat.

Keberhasilan suatu perusahaan tentunya tak lepas dari kualitas sumber daya manusia yang mereka miliki. Perusahaan hanya dapat berhasil mencapai tujuan bisnis mereka jika mereka memiliki akses ke sumber daya manusia yang berpengetahuan luas dan berkualitas tinggi. Meningkatkan kualitas sumber daya manusia merupakan komponen penting dalam menciptakan persepsi positif terhadap perusahaan di antara staf, klien, dan masyarakat. berpendapat bahwa sumber daya manusia merupakan salah satu faktor terpenting dalam suatu perusahaan, jika dibandingkan dengan faktor-faktor lainnya selain modal usaha.

Manajemen Sumber Daya Manusia yang efektif sangat berpengaruh terhadap prestasi kerja karyawan. Dengan rekrutmen dan seleksi yang tepat, perusahaan dapat memastikan bahwa mereka memiliki talenta yang sesuai dengan kebutuhan organisasi. Pelatihan dan pengembangan karyawan yang berkelanjutan meningkatkan keterampilan dan pengetahuan, sehingga karyawan dapat bekerja lebih efisien dan inovatif. Manajemen kinerja yang efektif berperan dalam menetapkan sasaran yang terukur dan memberikan masukan yang membangun, sehingga karyawan dapat terus memperbaiki kinerjanya. Selain itu, sistem kompensasi dan penghargaan yang adil memotivasi karyawan untuk mencapai dan bahkan melampaui target yang telah ditetapkan.

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti melihat adanya fenomena yang terjadi di PT. Hebe Beauty Style. PT. Hebe Beauty Style merupakan industri kosmetik lokal tetap bertahan di

tengah gempuran kosmetik impor. PT. Hebe Beauty Style merupakan salah satu perusahaan kosmetik lokal yang produk-produknya digemari oleh kalangan remaja. PT Hebe Beauty Style adalah perusahaan yang berfokus pada industri kecantikan dengan sejumlah merek, yaitu Y.O.U, Barenbliss, Dazzle Me, Lavojoy, dan Glamfix. Perusahaan ini resmi diperkenalkan dan memulai operasinya di pasar Indonesia pada pertengahan tahun 2018. Dengan mengungusng filosofi kecantikan, PT Hebe Beauty Style menggabungkan keunggulan ilmu pengetahuan dan teknologi dengan manfaat alami untuk menciptakan produk yang tidak hanya menawarkan solusi sementara, tetapi juga memiliki kualitas yang tahan lama.

Sumber Daya Manusia yang terdapat dalam bidang kosmetik salah satunya adalah *Beauty Advisor (BA)* yang merupakan individu yang memiliki pemahaman tentang kecantikan dan pengetahuan produk di tempat kerja mereka. Ramadhani et al. (2024). Istilah *Beauty Advisor (BA)* adalah konsultan kecantikan yang ditugaskan oleh perusahaan dengan *standar operasional prosedur*. Penampilan BA harus mencerminkan produk yang dijual dan harus dibekali dengan *Product Knowledge* tentang barang yang dijualnya. Selain sebagai *beauty consultant*, seorang *Beauty Advisor* juga bertugas untuk mencapai target perusahaan. Fungsi dari seorang *Beauty Advisor* adalah sebagai bagian integral dari kegiatan promosi, penjualan, dan konsultasi.

Beauty Advisor PT. Hebe Beauty Style Madiun berjumlah 64 orang yang ditempatkan di toko-toko kosmetik di Madiun. Setiap *Beauty Advisor* memiliki target penjualan yang berbeda-beda karena dipengaruhi beberapa hal yang salah satunya adalah tingkat besar kecilnya toko yang ditempati. Target penjualan yang diberikan oleh perusahaan berkisar antara 15 juta rupiah hingga 61 juta rupiah. Pada Tabel 1.1. akan dijelaskan mengenai besaran-besaran target yang harus dicapai oleh *Beauty Advisor* PT. Hebe Beauty Style.

Tabel 1 Target Sell Out *Beauty Advisor*

NO.	STORE	TARGET SELL OUT	TOTAL SELL OUT
1.	Guardian	Rp 35.500.000,00	Rp 75.349.635,00
2.	Rhey Temboro & Rhey Jogorogo	Rp 24.000.000,00	Rp 39.170.804,00
3.	Mommy Alun-Alun	Rp 39.000.000,00	Rp 58.318.931,00
4.	Cherry Kosmetik&Kadoku	Rp 30.000.000,00	Rp 43.407.106,00
5.	Mommy Skincare Gorga	Rp 28.000.000,00	Rp 39.342.994,00

NO.	STORE	TARGET SELL OUT	TOTAL SELL OUT
6.	Macha Beauty	Rp 35.000.000,00	Rp 48.936.810,00
7.	Macha Beauty	Rp 35.000.000,00	Rp 48.132.178,00
8.	Glow Up Maospati	Rp 20.000.000,00	Rp 26.421.420,00
9.	Glow Up Maospati	Rp 20.000.000,00	Rp 25.714.521,00
10.	Mommy Skincare	Rp 28.500.000,00	Rp 35.472.096,00
11.	Mommy Alun-Alun	Rp 39.000.000,00	Rp 47.269.033,00
12.	Rhey Marble	Rp 26.000.000,00	Rp 30.800.334,00
13.	Yohana	Rp 29.000.000,00	Rp 33.889.316,00
14.	Cahaya Kosmetik	Rp 22.000.000,00	Rp 25.012.888,00
15.	Glow Up	Rp 61.000.000,00	Rp 67.838.035,00
16.	Sunny	Rp 47.000.000,00	Rp 51.017.236,00
17.	Rumah Cantik Bryan & Sumber	Rp 33.000.000,00	Rp 35.230.857,00
18.	Glow Up	Rp 61.000.000,00	Rp 64.716.709,00
19.	Sumber Mas 2 (Bnb)	Rp 35.000.000,00	Rp 36.690.685,00
20.	Luwes Ngawi	Rp 25.000.000,00	Rp 25.670.837,00
21.	Luwes	Rp 25.000.000,00	Rp 25.245.479,00
22.	Sumber Mas 1	Rp 50.000.000,00	Rp 50.271.490,00
23.	Dewi Kosmetik	Rp 33.000.000,00	Rp 33.143.349,00
24.	Panda Lovely	Rp 36.500.000,00	Rp 36.048.580,00
25.	Panda Lovely	Rp 36.500.000,00	Rp 35.702.910,00
26.	Sumber Mas 2	Rp 30.000.000,00	Rp 25.048.138,00
27.	Vilshop	Rp 18.000.000,00	Rp 14.726.660,00
28.	Are You	Rp 47.000.000,00	Rp 36.544.138,00
29.	Sunny	Rp 46.500.000,00	Rp 35.879.098,00
30.	Mahkota Ngrambe	Rp 20.000.000,00	Rp 15.087.093,00
31.	Glow Up	Rp 33.000.000,00	Rp 24.704.800,00
32.	Are You	Rp 47.000.000,00	Rp 34.210.233,00
33.	Mahkota Walikukun	Rp 20.000.000,00	Rp 14.398.768,00
34.	Dinasty	Rp 48.500.000,00	Rp 32.943.049,00
35.	Agung Swalayan	Rp 20.000.000,00	Rp 12.913.385,00
36.	Samudra	Rp 18.000.000,00	Rp 11.231.180,00
37.	Cahaya Distro	Rp 20.000.000,00	Rp 11.718.760,00
38.	Sumber Mas 2	Rp 25.000.000,00	Rp 13.942.849,00
39.	Samudra	Rp 18.000.000,00	Rp 8.555.225,00
40.	Mncr	Rp 18.000.000,00	Rp 8.123.835,00
41.	Netral	Rp 18.000.000,00	Rp 7.606.566,00
42.	Sumber Murah	Rp 18.000.000,00	Rp 7.363.955,00
43.	Glow Up (Bnb)	Rp 53.000.000,00	Rp 58.763.400,00

NO.	STORE	TARGET SELL OUT	TOTAL SELL OUT
44.	Are You (Bnb)	Rp 30.000.000,00	Rp 25.056.100,00
45.	Enggal 2	Rp 36.000.000,00	Rp 3.769.504,00
46.	Po Olshop Murah	Rp 48.000.000,00	Rp 4.925.735,00
47.	Laleya	Rp 21.000.000,00	Rp 1.624.100,00
48.	Roopa Beauty	Rp 28.000.000,00	Rp 1.965.756,00
49.	Gajah Mada Id	Rp 52.000.000,00	Rp 3.448.585,00
50.	Peachy Bloom	Rp 18.000.000,00	Rp 1.174.144,00
51.	Skincare Mommy	Rp 48.000.000,00	Rp 2.889.490,00
52.	Roopa Beauty	Rp 26.000.000,00	Rp 1.488.765,00
53.	Gajah Mada Id	Rp 38.500.000,00	Rp 2.097.515,00
54.	Po Olshop Murah	Rp 41.000.000,00	Rp 2.224.848,00
55.	Sumber Rejeki	Rp 21.000.000,00	Rp 1.126.028,00
56.	Beauty Shop	Rp 27.000.000,00	Rp 1.390.695,00
57.	Po Olshop Murah	Rp 44.000.000,00	Rp 2.182.460,00
58.	Po Olshop Murah	Rp 33.000.000,00	Rp 1.558.096,00
59.	Skincare Mommy	Rp 41.000.000,00	Rp 1.719.456,00
60.	Gajah Mada Id	Rp 52.000.000,00	Rp 2.113.700,00
61.	Mitra Swalayan	Rp 22.000.000,00	Rp 855.300,00
62.	Toko Indra	Rp 33.000.000,00	Rp 1.233.700,00
63.	Surya Hatta	Rp 25.000.000,00	Rp 190.400,00
64.	Toko Indra	Rp 20.000.000,00	Rp -

Sumber: Data Primer Perusahaan Tahun 2023

Pada Tabel 1 dapat dilihat dari 64 *Beauty Advisor* hanya 23 *Beauty Advisor* saja yang mampu memenuhi target bulanan yang diberikan oleh perusahaan. Ketika menentukan target, tentunya sebuah perusahaan harus melakukan riset terlebih dahulu, maka dari itu tidak semua *Beauty Advisor* memiliki target yang sama. Hal ini dipengaruhi oleh Lokasi Toko, Jumlah Pengunjung, dan faktor-faktor lain. Untuk memenuhi target yang diberikan oleh perusahaan tentunya seorang *Beauty Advisor* harus memiliki keyakinan terhadap dirinya sendiri bahwa ia mampu melaksanakan tugas (target) dengan baik, hal ini disebut dengan *self-efficacy*. Selain *self-efficacy*, seorang *Beauty Advisor* juga harus memiliki kondisi psikologis yang positif dan menekankan pada kepercayaan, harapan, optimisme, dan ketahanan, sehingga dapat mengontrol dan memberikan dampak yang sesuai dengan keinginan dan kemampuannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Self-*

Efficacy, Psychological Capital, terhadap Prestasi Kerja Karyawan melalui Motivasi Intrinsik.

B. KAJIAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESA

Self-Efficacy

Self-Efficacy adalah keyakinan individu tentang kemampuan mereka untuk melakukan tindakan yang diperlukan untuk mencapai tujuan, dan bahwa mereka dapat mengendalikan hasilnya (Panjares, 2018). *Self-Efficacy* adalah perasaan kita terhadap kecukupan, efisiensi, dan kemampuan kita dalam mengatasi kehidupan. Berdasarkan beberapa ahli, dapat disimpulkan bahwa *Self-efficacy* adalah keyakinan seseorang terhadap kemampuannya dalam mengatur dan melaksanakan tindakan yang diperlukan untuk mencapai tujuan tertentu.

Psychological Capital

Modal psikologis adalah sebuah pengembangan kondisi psikologis yang positif menekankan pada kepercayaan, harapan, optimism, dan ketahanan, sehingga memiliki hubungan dengan rasa gembira, mengontrol dan memberi dampak pada lingkungan sesuai keinginan dan kemampuan karyawan atau individu tersebut. Luthans (2007) *Psychological Capital* adalah suatu bagian dari psikologis positif yang dimiliki oleh setiap individu yang berguna untuk membantu individu tersebut untuk dapat berkembang dengan adanya efikasi diri, harapan, optimisme dan resiliensi dalam dirinya.

Prestasi Kerja

Hasibuan (2017) Prestasi Kerja adalah hasil yang dicapai oleh seorang karyawan dalam melaksanakan tanggung jawab yang diberikan, berdasarkan kemampuan, pengalaman, dedikasi, dan waktu yang digunakan. prestasi kerja adalah sebagai hasil kerja yang telah dicapai seseorang dari tingkah laku dalam melaksanakan aktivitas-aktivitas kerja. Prestasi kerja adalah hasil atau pencapaian yang diperoleh oleh seorang karyawan dalam melakukan tugas dan tanggung jawabnya.

Motivasi Intrinsik

Motivasi Intrinsik merupakan dorongan atau kehendak yang kuat yang berasal dari dalam diri seseorang. Semakin kuat motivasi intrinsik yang dimiliki oleh seseorang, semakin besar

kemungkinan ia memperlihatkan tingkah laku yang kuat untuk mencapai tujuan. Husaini Usman (2022) mendefinisikan motivasi intrinsik adalah motivasi yang timbul dari dalam diri sendiri. Motivasi intrinsik sering kali lebih kuat dan bertahan lama karena berasal dari dorongan internal.

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk dalam penelitian kuantitatif. Menurut Arikunto (2006) Sampel adalah sebagian atau sebagai wakil populasi yang akan diteliti. Jika penelitian yang dilakukan sebagian dari populasi maka bisa dikatakan bahwa penelitian tersebut adalah penelitian sampel. Pada penelitian ini menggunakan teknik sampling jenuh dengan total sampel sebanyak 64 orang. Data pada penelitian ini dikumpulkan melalui kuesioner yang disebar luaskan pada 64 orang *Beauty Advisor* PT. Hebe Beauty Style area Madiun, selanjutnya data dianalisis menggunakan metode SEM-PLS dengan bantuan *software* SmartPLS 4.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Tabel 2. *Convergent Validity*

	X1.	X2.	Y1.	Z1.
X1.1	0.882			
X1.2	0.875			
X1.3	0.835			
X2.1		0.857		
X2.2		0.747		
X2.3		0.848		
X2.4		0.842		
Y1.1			0.796	
Y1.2			0.888	
Y1.3			0.835	
Y1.4			0.866	
Y1.5			0.837	
Z1.1				0.880

	X1.	X2.	Y1.	Z1.
Z1.2				0.770
Z1.3				0.786
Z1.4				0.879

Sumber: Data Diolah 2025

Tabel 2 menunjukkan bahwa setiap indikator untuk setiap variabel memiliki nilai *outer loading* yang melebihi 0,7. Hal ini menandakan bahwa indikator yang dipergunakan dalam penelitian ini secara tepat mencerminkan konstruk yang dimaksud.

Uji Reliabilitas

Tabel 3 Uji Reliabilitas

	<i>Cronbach's alpha</i>
X1.	0.831
X2.	0.843
Y1.	0.900
Z1.	0.849

Sumber: Data Diolah 2025

Berdasarkan data pada tabel 3 setiap variabel memiliki nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,7. Hasil ini menyiratkan bahwa variabel dalam penelitian ini dianggap kredibel. *Cronbach Alpha* digunakan untuk menilai keandalan; jika *Cronbach Alpha* lebih dari 0,7, variabel dianggap dapat diandalkan atau *reliable* (Ghozali & Latan, 2015).

R-Square

Tabel 4 R-Square

	R-square	R-square adjusted
Y1.	0.725	0.711
Z1.	0.659	0.648

Sumber: Data Diolah 2025

Menurut data pada tabel 4, *Self-Efficacy* memiliki skor *R-Square* 0,725, dan *Psychological Capital* sebesar 0,711, yang berarti moderat.

Goodness of Fit

Uji kecocokan model dilakukan untuk mengevaluasi apakah model yang digunakan sesuai dengan data yang ada. Nilai NFI berkisar antara 0 hingga 1, dan model dianggap memiliki kecocokan yang baik jika nilai NFI mendekati angka 1 (Ghozali & Latan, 2015).

$$\text{GoF} = \sqrt{\text{AVE} \times R^2}$$

$$\text{GoF} = \sqrt{0,714 \times 0,711}$$

$$\text{GoF} = 0,712$$

Perhitungan diatas memperoleh nilai sebesar 0,712 yang artinya model penelitian termasuk dalam kategori baik (fit).

Uji Hipotesis

Tabel 5 Uji Hipotesis

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
X1. -> Y1.	0.175	0.195	0.151	1.156	0.248
X1. -> Z1.	0.574	0.576	0.117	4.894	0.000
X2. -> Y1.	0.263	0.259	0.121	2.175	0.030
X2. -> Z1.	0.277	0.280	0.127	2.172	0.030
Z1. -> Y1.	0.482	0.469	0.131	3.675	0.000
X1. -> Z1. -> Y1.	0.277	0.271	0.098	2.835	0.005
X2. -> Z1. -> Y1.	0.133	0.128	0.068	1.976	0.048

Sumber: Data Diolah 2025

Berdasarkan hasil uji hipotesis pada Tabel 5, maka dapat disimpulkan sebagai berikut;

1. Pengaruh *Self-Efficacy* terhadap Motivasi Intrinsik

Hasil pengujian hipotesis dalam penelitian ini ditemukan bahwa *Self-Efficacy* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Motivasi Intrinsik. Hal ini dibuktikan dengan nilai t-statistic 4,894 lebih besar dari 1,96 dan p-value 0.000 lebih kecil dari 0,05.

2. Pengaruh *Psychological Capital* terhadap Motivasi Intrinsik

Hasil pengujian hipotesis dalam penelitian ini ditemukan bahwa *Psychological Capital* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Motivasi Intrinsik karyawan. Hal ini dibuktikan dengan nilai t-statistic 2,172 lebih besar dari 1,96 dan p-value 0.030 lebih kecil dari 0,05.

3. Pengaruh *Self-Efficacy* terhadap Prestasi Kerja

Hasil pengujian hipotesis dalam penelitian ini ditemukan bahwa *Self-Efficacy* tidak berpengaruh terhadap Prestasi Kerja. Hal ini dibuktikan dengan nilai t-statistic 1,156 lebih kecil dari 1,96 dan p-value 0.248 lebih besar dari 0,05.

4. Pengaruh *Psychological Capital* terhadap Prestasi Kerja

Hasil pengujian hipotesis dalam penelitian ini ditemukan bahwa *Psychological Capital* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Prestasi Kerja. Hal ini dibuktikan dengan nilai t-statistic 2,175 lebih besar dari 1,96 dan p-value 0.030 lebih kecil dari 0,05.

5. Pengaruh Motivasi Intrinsik terhadap Prestasi Kerja

Hasil pengujian hipotesis dalam penelitian ini ditemukan bahwa Motivasi Intrinsik berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Prestasi Kerja. Hal ini dibuktikan dengan nilai t-statistic 3,675 lebih besar dari 1,96 dan p-value 0.000 lebih kecil dari 0,05.

6. Pengaruh *Self-Efficacy* terhadap Prestasi Kerja melalui Motivasi Intrinsik

Hasil pengujian hipotesis dalam penelitian ini ditemukan bahwa *Self-Efficacy* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Prestasi Kerja melalui Motivasi Intrinsik. Hal ini dibuktikan dengan nilai t-statistic 2,835 lebih besar dari 1,96 dan p-value 0.005 lebih kecil dari 0,05.

7. Pengaruh *Psychological Capital* terhadap Prestasi Kerja melalui Motivasi Intrinsik

Hasil pengujian hipotesis dalam penelitian ini ditemukan bahwa *Psychological Capital* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Prestasi Kerja melalui Motivasi Intrinsik. Hal ini dibuktikan dengan nilai t-statistic 1,976 lebih besar dari 1,96 dan p-value 0.048 lebih kecil dari 0,05.

E. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka dapat diambil Kesimpulan bahwa penelitian dengan judul Pengaruh *Self-Efficacy* dan *Psychological Capital* Terhadap Prestasi Kerja Melalui Motivasi Intrinsik Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Terhadap *Beauty Advisor* PT. Hebe Beauty Style Wilayah Madiun) dilakukan karena jumlah *Beauty Advisor* yang dapat mencapai target hanya 36% dari seluruh *Beauty Advisor* PT. Hebe Beauty Style Madiun. Objek penelitian ini adalah Seluruh *Beauty Advisor* PT. Hebe Beauty Style area Madiun. Temuan yang dihasilkan oleh penelitian ini adalah bahwa *Self-Efficacy* tidak dapat mempengaruhi Prestasi Kerja secara langsung, *Self-Efficacy* secara tidak langsung dapat mempengaruhi Prestasi Kerja melalui Motivasi Intrinsik. *Psychological Capital* dapat mempengaruhi Prestasi Kerja secara langsung, *Psychological Capital* dapat mempengaruhi Prestasi Kerja secara tidak langsung melalui Motivasi Intrinsik.

F. SARAN

Penelitian ini dimasa mendatang diharapkan bisa melakukan penelitian dengan beberapa pertimbangan, diantaranya:

1. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai acuan atau perbandingan dalam penelitian berikutnya, serta dapat memperkaya studi serupa dengan menambahkan beberapa variabel yang tidak termasuk dalam penelitian ini.
2. Peneliti berikutnya diharapkan dapat mencari sampel dari objek lain atau bahkan dari kota dan provinsi berbeda yang berkaitan dengan *Self-Efficacy*, *Psychological Capital*, Prestasi Kerja, dan Motivasi Intrinsik.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Square "Konsep, Teknik dan Aplikasi" menggunakan program smartPLS 3.0*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasibuan. (2006). *Manajemen dasar, pengertian dan masalah* (Ed. rev.,). Jakarta : Bumi Aksara, 2006.
- Hasibuan, M. S. P. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bumi Aksara.
- Husaini Usman, P. S. A. (2022). *Metodologi Penelitian Sosial*. Bumi Aksara.
<https://doi.org/6024440766,9786024440763>
- Luthans, F. (2007). *Organizational Behaviour*.

- Panjares, F. (2018). *Self-efficacy beliefs in academic settings. Review of Educational Research*.
- Ramadhani, L. A., Nilogiri, A., & Zakiyyah, A. M. (2024). Beauty Advisor Performance Appraisal At Martha Tilaar Group Jember Branch Using Cpi Method. *Journal of Information Systems Management and Digital Business*, 1(2), 217–226. <https://doi.org/10.59407/jismdb.v1i2.396>
- Sugiyono. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta. <https://doi.org/978-602-289-533-6>
- Tritjahyo. (2019). *Ragam Dan Prosedur Penelitian Tindakan*. Satya Wacana University Press.
- Tukilah, T., Mariah, S., & Pardimin, P. (2018). Kontribusi Kompensasi, Efikasi Diri, dan Budaya Organisasi Terhadap Prestasi Kerja Guru SD. *Media Manajemen Pendidikan*, 1(2), 206. <https://doi.org/10.30738/mmp.v1i2.3254>