

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

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. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana perusahaan mengelola sumber daya manusia mereka untuk mendukung tujuan dan strategi bisnis.

Menurut Hasibuan, (2017) 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. Pendapat ini menekankan pentingnya pengelolaan sumber daya manusia tidak hanya sebagai fungsi administratif, tetapi juga sebagai komponen strategis yang melibatkan pendekatan ilmiah dan artistik. Ilmu dalam manajemen sumber daya manusia mencakup penggunaan metode, teori, dan data untuk membuat keputusan yang berdasarkan fakta, sementara seni mengacu pada kemampuan untuk menangani aspek manusiawi,

seperti motivasi, komunikasi, dan kepemimpinan. Pengaturan hubungan tenaga kerja yang baik memastikan bahwa ada sinergi antara karyawan dan manajemen, yang dapat meningkatkan produktivitas dan kinerja organisasi.

Efisiensi dalam pengelolaan sumber daya manusia diartikan sebagai pemakaian sumber daya yang optimal guna memperoleh hasil yang sesuai dengan biaya yang minimal. Efektivitas berarti mencapai hasil yang tepat sesuai dengan tujuan yang sudah ditetapkan. Hasibuan juga menyoroti bahwa tujuan perusahaan tidak dapat dicapai tanpa memperhatikan kepentingan karyawan dan masyarakat. Karyawan yang merasa dihargai dan diberdayakan cenderung lebih produktif dan loyal, sementara tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat menciptakan citra positif dan mendukung keberlanjutan jangka panjang. Dengan demikian, manajemen sumber daya manusia yang baik berkontribusi pada kesuksesan perusahaan, kesejahteraan karyawan, dan manfaat bagi masyarakat luas.

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.

Menurut 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. Menurut Mangkunegara (2018) Prestasi Kerja sepadan dengan kinerja yang merupakan hasil secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang karyawan dalam melakukan tugasnya berdasarkan dengan tanggung jawab yang diberikan kepada karyawan. Definisi ini menekankan bahwa prestasi kerja bukan hanya tentang output akhir, tetapi juga melibatkan kualitas dan efisiensi proses kerja. Kecakapan mencakup keterampilan dan pengetahuan yang dimiliki karyawan, sementara pengalaman memberikan dasar praktis untuk menyelesaikan tugas dengan baik. Kesungguhan mencerminkan komitmen dan dedikasi karyawan terhadap pekerjaannya, dan waktu mencakup efisiensi dalam

penyelesaian tugas. Kombinasi dari semua faktor ini menentukan sejauh mana karyawan dapat mencapai dan melebihi standar yang diharapkan.

Bernardin & Russel (1993) memberikan definisi tentang prestasi kerja sebagai berikut *Performance refers to the results or outcomes achieved in a particular job function or activity within a defined time frame* (Prestasi Kerja mengacu pada hasil atau keluaran yang dicapai dalam fungsi atau aktivitas pekerjaan tertentu dalam jangka waktu yang ditentukan). Definisi ini menekankan bahwa Prestasi Kerja adalah pencapaian yang diperoleh karyawan dalam menyelesaikan tanggung jawab dan tugas-tugasnya yang telah ditentukan, dengan memperhatikan periode waktu tertentu. Prestasi kerja tidak hanya mencerminkan kualitas dan kuantitas hasil yang dicapai, tetapi juga berhubungan erat dengan seberapa efektif karyawan dalam menjalankan fungsi-fungsi pekerjaan yang diberikan. Dengan demikian, evaluasi prestasi kerja harus mempertimbangkan hasil yang diperoleh dalam konteks waktu yang relevan.

Penelitian yang telah dilakukan oleh Ristika (2015) dengan judul Analisis Pengaruh Efikasi Diri (*Self-Efficacy*) dan Motivasi Terhadap Prestasi Kerja Agen Asuransi Prudential Pru Dynasty memperoleh hasil bahwa Prestasi Kerja dipengaruhi oleh *Self-Efficacy* dan juga Motivasi. Berdasarkan penelitian terdahulu yang telah dilakukan, maka peneliti memberi batasan penelitian. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel *Self-Efficacy* dan *Psychological Capital* yang akan memberi pengaruh terhadap Prestasi Kerja.

Self-Efficacy adalah keyakinan individu terhadap kemampuan dirinya untuk mengorganisir dan melaksanakan tindakan yang diperlukan guna mencapai tujuan tertentu. Konsep ini awalnya diperkenalkan oleh Albert Bandura, seorang psikolog ternama, sebagai bagian dari teori pembelajaran sosial yang ia paparkan dalam bukunya *Psychological Review* edisi ke-84 pada tahun 1986. Bandura menggambarkan *Self-Efficacy* sebagai keyakinan individu terhadap kemampuannya untuk menyelesaikan tugas dan mengambil tindakan yang diperlukan demi mencapai hasil yang diinginkan.

Self-Efficacy terdiri dari dua kata, yaitu *self*, yang berarti individu atau bagian dari kepribadian, dan *efficacy*, yang mengacu pada penilaian diri terkait hal-hal baik dan buruk, benar dan salah, serta kemampuan menyelesaikan suatu tugas sesuai ketentuan (Jendra & Sugiyo, 2020). Menurut (Bandura, 1997), *Self-Efficacy* adalah keyakinan seseorang terhadap kemampuannya untuk mengendalikan fungsi dirinya sendiri serta kejadian di sekitarnya. Bandura juga menjelaskan bahwa *Self-Efficacy* berperan sebagai faktor penentu dalam cara seseorang merasa, berpikir, memotivasi diri, dan berperilaku.

Self-Efficacy berperan penting dalam menentukan bagaimana seseorang berpikir, merasa, dan bertindak. Orang dengan *self-efficacy* tinggi cenderung lebih percaya diri dalam menghadapi tantangan, lebih gigih dalam mencapai tujuan, dan lebih mampu mengatasi hambatan atau kesulitan. Mereka percaya bahwa mereka memiliki kendali atas hasil dari tindakan mereka, sehingga mereka lebih proaktif dalam mengambil langkah-langkah yang diperlukan untuk mencapai kesuksesan. Sebaliknya, individu dengan *self-efficacy* rendah

mungkin merasa ragu terhadap kemampuan mereka sendiri, cenderung mudah menyerah ketika menghadapi kesulitan, dan seringkali menghindari tugas-tugas yang mereka anggap menantang. Ketidakpercayaan ini dapat menghambat mereka dalam mencapai potensi penuh mereka.

Penelitian yang telah dilakukan oleh Yuliana et al. (2020) memperoleh hasil bahwa *Self-Efficacy* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Prestasi Kerja Karyawan. Penelitian lain yang dilakukan oleh Sanger & Abadi (2022) juga memperoleh hasil yang serupa yaitu *Self-Efficacy* berpengaruh secara positif terhadap Prestasi Kerja. Namun penelitian yang dilakukan oleh Yustiana et al. (2023) memperoleh hasil yang berbeda, yaitu *Self-Efficacy* tidak berpengaruh terhadap Prestasi Kerja Karyawan. Hal ini tentunya menyebabkan adanya kesenjangan penelitian.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi Prestasi Kerja selain *Self-Efficacy* yaitu *Psychological Capital*. Luthans (2007) mengemukakan bahwa *Psychological Capital* adalah aspek psikologis positif yang dimiliki setiap individu, yang berperan dalam mendukung perkembangan diri melalui kepercayaan diri (*self-efficacy*), harapan, optimisme, dan ketahanan (resiliensi). Menurut Seligman (2018) *Psychological Capital* adalah kumpulan sumber daya psikologis yang positif yang dapat membantu individu menghadapi tantangan, mencapai tujuan, dan meningkatkan kesejahteraan dan kepuasan hidup. Hal ini ditandai oleh kepercayaan diri (*self-efficacy*), optimisme, harapan, dan ketahanan (resiliensi).

Perubahan dinamika kerja, tuntutan yang semakin kompleks, serta ketidakpastian di tempat kerja menuntut karyawan untuk memiliki kemampuan yang lebih dari sekadar keterampilan teknis. Mereka perlu memiliki ketahanan mental, keyakinan diri, dan optimisme dalam menghadapi tantangan yang ada. *Psychological Capital* sebagai kumpulan sumber daya psikologis, menyediakan landasan yang kuat untuk membantu karyawan mengatasi tekanan pekerjaan, menjaga motivasi, dan tetap produktif meskipun menghadapi situasi yang sulit. Karyawan dengan tingkat *Psychological Capital* yang tinggi cenderung lebih produktif, lebih inovatif, dan lebih berkomitmen terhadap organisasi mereka. Mereka juga lebih mampu mengelola stres dan tetap termotivasi dalam menghadapi tantangan.

Psychological Capital dapat dikembangkan melalui berbagai intervensi, seperti pelatihan, mentoring, dan program pengembangan pribadi. Dengan meningkatkan *Psychological Capital*, organisasi dapat menciptakan lingkungan kerja yang lebih positif, meningkatkan kesejahteraan karyawan, dan pada akhirnya meningkatkan kinerja organisasi secara keseluruhan. *Psychological Capital* merupakan aset berharga dalam pengembangan diri dan organisasi. Dengan memahami dan mengembangkan komponen-komponen *Psychological Capital*, individu dapat meningkatkan kemampuan mereka untuk mengatasi tantangan, mencapai tujuan, dan menjalani kehidupan yang lebih produktif dan bermakna. Di sisi lain, organisasi yang berinvestasi dalam pengembangan *Psychological Capital* karyawan mereka dapat menikmati berbagai manfaat, termasuk peningkatan kinerja, kepuasan kerja, dan retensi karyawan yang lebih

baik. Penelitian yang telah dilakukan oleh Abdullah et al., (2022) memperoleh hasil bahwa *Psychological Capital* memberikan pengaruh yang positif terhadap Prestasi Kerja. Penelitian lain juga dilakukan oleh Wulandari et al. (2022) dan memperoleh hasil yang serupa yaitu *Psychological Capital* memberikan pengaruh yang positif terhadap Prestasi Kerja Karyawan. Namun penelitian yang dilakukan oleh Diarta (2022) memperoleh hasil yang berbeda, yaitu *Psychological Capital* tidak berpengaruh terhadap Prestasi Kerja.

Penelitian ini menggunakan variabel mediasi yaitu Motivasi Intrinsik yang diharapkan dapat mempengaruhi Prestasi Kerja, dan juga dapat menjadi variabel mediasi antara *Self-Efficacy*, *Psychological Capital*, dan Prestasi Kerja. Motivasi intrinsik adalah dorongan atau keinginan yang berasal dari dalam diri seseorang untuk melakukan sesuatu karena kepuasan pribadi, minat, atau kesenangan dalam melakukan aktivitas tersebut. Dengan kata lain, motivasi intrinsik tidak dipengaruhi oleh faktor eksternal, seperti hadiah atau pengakuan, melainkan oleh dorongan batin untuk mencapai tujuan pribadi atau menikmati prosesnya. Motivasi intrinsik adalah dorongan yang muncul secara alami dari dalam diri individu, tanpa memerlukan rangsangan eksternal, karena setiap orang memiliki keinginan bawaan untuk melakukan sesuatu. (Suwatno, 2019).

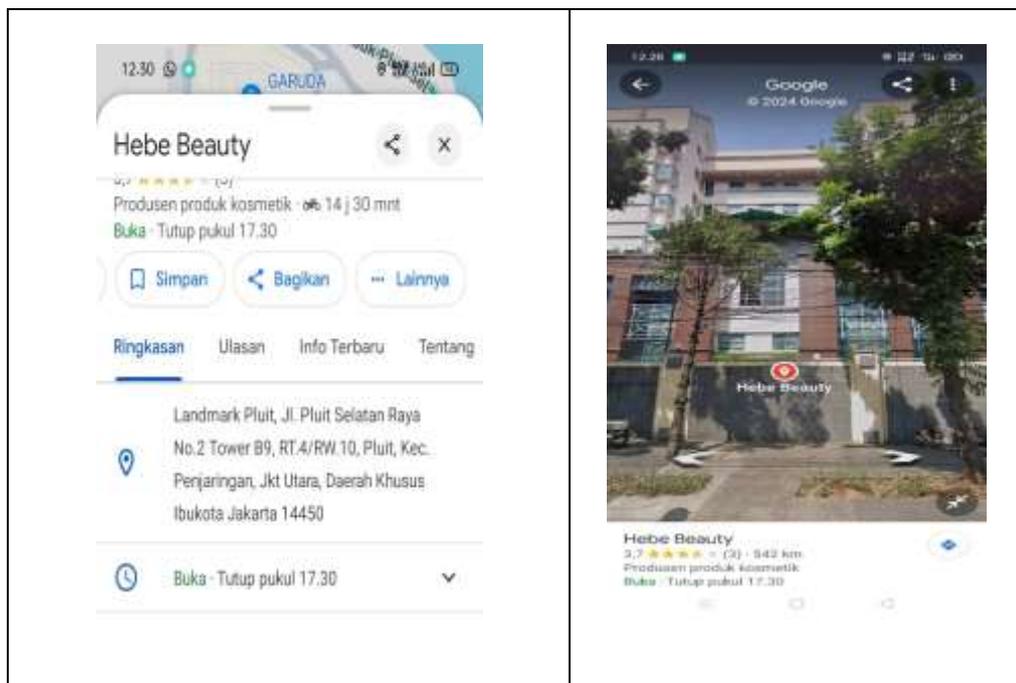
Menurut Husaini Usman (2022) mendefinisikan motivasi intrinsik adalah motivasi yang timbul dari dalam diri sendiri. Motivasi intrinsik sering kali lebih kuat dan bertahan lama karena berasal dari dorongan internal. Motivasi intrinsik sangat penting karena dapat menghasilkan komitmen jangka panjang,

keaktivitas, dan kepuasan dalam pekerjaan atau kegiatan sehari-hari. Seseorang yang memiliki motivasi intrinsik cenderung lebih tekun, bersemangat, dan mandiri dalam mencapai tujuan mereka, karena dorongan mereka berasal dari kesenangan dan rasa pencapaian pribadi. Ini membuat motivasi intrinsik lebih stabil dan berkelanjutan dalam menghadapi tantangan. Penelitian yang dilakukan oleh Diarta (2022) memperoleh hasil bahwa Motivasi Intrinsik dapat mempengaruhi Prestasi Kerja.

Berdasarkan uraian dan peneitian terdahulu, 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. Solihin Sofian, Ketua Umum Perhimpunan Perusahaan dan Asosiasi Kosmetika (PPAK) Indonesia, menilai bahwa industri kosmetik lokal berhasil bertahan di tengah maraknya produk-produk kosmetik impor, termasuk produk impor ilegal. Menurut Setyadi Surya, Direktur Eksekutif Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia (Aprindo) Generasi muda di Indonesia semakin sadar akan penampilan mereka, hal ini merupakan kekuatan utama di balik perluasan pasar kosmetik lokal. Munculnya beberapa perusahaan lokal berkualitas tinggi menunjukkan bahwa produk yang dibuat di Indonesia sama kompetitifnya dengan produk yang dibuat di negara lain. (Harianaceh.co.id, 2024)

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 mengusung 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.



Gambar 1.1. Alamat kantor PT. Hebe Beauty Style

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 1.1. 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
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

NO.	STORE	TARGET SELL OUT	TOTAL SELL OUT
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
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

NO.	STORE	TARGET SELL OUT	TOTAL SELL OUT
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 1.1. 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.

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat dilihat bahwa terdapat hal-hal yang kurang baik sehingga *Beauty Advisor* tidak mampu mencapai target bulanan yang telah ditentukan oleh perusahaan. Oleh karena itu, pada penelitian ini peneliti menetapkan variabel-variabel yang akan mempengaruhi Prestasi Kerja yaitu variabel *Self-Efficacy*, variabel *Psychological Capital* dan variabel Motivasi Intrinsik. Berdasarkan uraian, data, dan juga adanya kesenjangan

penelitian, maka peneliti menetapkan judul untuk penelitian ini yaitu **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).**

B. Batasan Masalah

Batasan-batasan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel yang digunakan adalah *Self-Efficacy*, *Psychological Capital*, Motivasi Intrinsik, dan Prestasi Kerja pada *Beauty Advisor* PT. Hebe Beauty Style wilayah Madiun.
2. Sampel yang dijadikan objek penelitian adalah *Beauty Advisor* PT. Hebe Beauty Style yang berada di Wilayah Madiun.

C. Rumusan Masalah

1. Apakah *Self-Efficacy* berpengaruh terhadap Motivasi Intrinsik?
2. Apakah *Psychological Capital* berpengaruh terhadap Motivasi Intrinsik?
3. Apakah *Self-Efficacy* berpengaruh terhadap Prestasi Kerja?
4. Apakah *Psychological Capital* berpengaruh terhadap Prestasi Kerja?
5. Apakah Motivasi Intrinsik berpengaruh terhadap Prestasi Kerja?
6. Apakah *Self-Efficacy* berpengaruh terhadap Prestasi Kerja melalui Motivasi Intrinsik sebagai variabel mediasi?
7. Apakah *Psychological Capital* berpengaruh terhadap Prestasi Kerja melalui Motivasi Intrinsik sebagai variabel mediasi?

D. Tujuan Penelitian

1. Menilai sejauh mana *Self-Efficacy* dan *Psychological Capital* secara langsung memengaruhi prestasi kerja.
2. Menguji apakah motivasi intrinsik bertindak sebagai variabel mediasi yang memperkuat hubungan antara *Self-Efficacy*, *Psychological Capital*, dan Prestasi Kerja.
3. Memberikan rekomendasi berbasis data kepada organisasi atau manajer untuk meningkatkan prestasi kerja karyawan melalui peningkatan *Self-Efficacy*, *Psychological Capital*, Dan Motivasi Intrinsik.

E. Manfaat Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah *Self-Efficacy* berpengaruh terhadap Motivasi Intrinsik
2. Untuk mengetahui apakah *Psychological Capital* berpengaruh terhadap Motivasi Intrinsik
3. Untuk mengetahui apakah *Self-Efficacy* berpengaruh terhadap Prestasi Kerja
4. Untuk mengetahui apakah *Psychological Capital* berpengaruh terhadap Prestasi Kerja
5. Untuk mengetahui apakah Motivasi Intrinsik berpengaruh terhadap Prestasi Kerja
6. Untuk mengetahui apakah *Self-Efficacy* berpengaruh terhadap Prestasi Kerja Untuk mengetahui apakah Motivasi Intrinsik sebagai variabel mediasi
7. Untuk mengetahui apakah *Psychological Capital* berpengaruh terhadap Prestasi Kerja melalui Motivasi Intrinsik sebagai variabel mediasi.