

ABSTRAK

Fildza Amalia (1404367). *Pengaruh Kecerdasan Emosional dan Dukungan Sosial terhadap Aktualisasi Diri pada Karyawan Divisi Sales and Marketing Otomotif di Kota Bandung.* Skripsi. Departemen Psikologi, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Pendidikan Indonesia. Bandung. (2019).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kecerdasan emosional terhadap aktualisasi diri, dukungan sosial terhadap aktualisasi diri, dan kecerdasan emosional dan dukungan sosial secara bersama-sama terhadap aktualisasi diri karyawan divisi *sales and marketing* otomotif di Kota Bandung. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan partisipan sebanyak 102 orang karyawan divisi *sales and marketing* otomotif di Kota Bandung. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah Instrumen Kecerdasan Emosional (Hermawan, 2014) untuk mengukur kecerdasan emosional, Instrumen Dukungan Sosial (Sirajuddin, 2017) untuk mengukur dukungan sosial, dan instrument Aktualisasi Diri yang diadaptasi kedalam Bahasa Indonesia dari Instrumen *Revision of The Brief Index of Self-Actualization* (Sumerlin&Bundrick, 1998) untuk mengukur aktualisasi diri. Teknis analisis data yang digunakan adalah regresi linear dan regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) terdapat pengaruh signifikan kecerdasan emosional terhadap aktualisasi diri; 2) terdapat pengaruh signifikan dukungan sosial terhadap aktualisasi diri; 3) terdapat pengaruh signifikan kecerdasan emosional dan dukungan sosial terhadap aktualisasi diri, secara bersama-sama memiliki kontribusi sebesar 15,8% terhadap aktualisasi diri. Berdasarkan hasil penelitian ini, karyawan diharapkan dapat mengaktualisasikan dirinya, maka karyawan perlu meningkatkan kecerdasan emosional dan ditunjang dengan adanya dukungan sosial dari lingkungannya.

Kata kunci: aktualisasi diri, dukungan sosial, karyawan divisi *sales and marketing* otomotif, dan kecerdasan emosional.

ABSTRACT

Fildza Amalia, 2019

PENGARUH KECERDASAN EMOSIONAL DAN DUKUNGAN SOSIAL TERHADAP AKTUALISASI DIRI PADA KARYAWAN DIVISI SALES AND MARKETING OTOMOTIF DI KOTA BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Fildza Amalia (1404367). The effect of emotional intelligence and social support on self actualization of sales employee and automotive marketing in Bandung City. Unpublished research paper. Department of Psychology, Faculty of Education Science, Indonesia University of Education, Bandung (2019).

The aim of this study is to find out the effect of emotional intelligence on self actualization, social support on self actualization and both of emotional intelligence and social support on self actualization of sales employee and automotive marketing in Kota Bandung. This study used quantitative method with 102 sales employee and automotive marketing as participants. Emotional intelligence instruments (Hendra, 2014) is used to measure emotional intelligence, social support instruments (Sirajuddin, 2017) to measure social support and Self Actualization instrument which is adapted into Indonesian language from the instrument revision of the brief index of self-actualization (Summerlin & Bundrick, 1998) to measure self actualization. The research is analysed by linear regression and multiple regression statistical technique. The results of this study show that 1) there is a significant effect of emotional intelligence on self actualization; (2) there is a significant effect of social support on self actualization; (3) there is a significant effect of emotional intelligence and social support on self actualization with 15,8% contribution to self actualization. Based on the result of this study, employees are expected to actualize them selves, then employees need to improve emotional intelligence and be supported by the existence of social support from their environment.

Key words: automotive marketing, emotional intelligence, sales employee, self actualization, and social support

Fildza Amalia, 2019

***PENGARUH KECERDASAN EMOSIONAL DAN DUKUNGAN SOSIAL TERHADAP
AKTUALISASI DIRI PADA KARYAWAN DIVISI SALES AND MARKETING
OTOMOTIF DI KOTA BANDUNG***

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |
perpustakaan.upi.edu