

Pengaruh *Perceived Organizational Support* terhadap *Work Engagement* pada Barista Starbucks di Kota Bandung

Razka Razkiandra*, Sita Rositawati

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

*razkiandra@gmail.com, 79sita@gmail.com

Abstract. The organization requires employees with high levels of energy in their work, dedication to their tasks, and enthusiasm that immerses them in their job activities (Bakker & Leiter, 2010). This is reflected in employees who have work engagement. According to Schaufeli et al. (2002), work engagement refers to a positive affective-motivational state characterized by vigor, dedication, and absorption. Work engagement occurs when there are high job demands and job resources. Perceived organizational support is one of the job resources that encompasses three dimensions: fairness, supervisor support, and organizational rewards and job conditions. The objective of this study is to examine the extent of the influence of perceived organizational support and its dimensions on work engagement among 100 Starbucks baristas in Bandung. The measurement tools used in this study are the Utrecht Work Engagement Scale-17 (UWES-17) developed by Schaufeli et al. (2002) and the Survey of Perceived Organizational Support (SPOS) by Eisenberger et al. (1986), adapted by Avianti & Hatta (2022). The results indicate a significant influence of perceived organizational support on work engagement at 28.5% ($R^2 = .285$). The dimensions of organizational rewards and job conditions have a significant impact of 20.8%. On the other hand, the fairness dimension has the lowest impact at 1.8%.

Keywords: Barista, *Perceived Organizational Support*, Starbucks.

Abstrak. Organisasi membutuhkan karyawan yang mempunyai tingkat energi yang tinggi dalam bekerja, berdedikasi dengan pekerjaannya, dan antusias hingga terlarut pada aktivitas pekerjaannya (Bakker & Leiter., 2010). Hal tersebut tercermin pada karyawan yang memiliki *work engagement*. Menurut Schaufeli et. al. (2002), *work engagement* mengacu pada keadaan afektif motivasional yang positif dicirikan dengan adanya *vigor*, *dedication*, dan *absorption*. *Work engagement* akan terjadi ketika ada *job demands* dan *job resources* yang tinggi. *Perceived organizational support* merupakan salah satu *job resources* yang mencakup tiga dimensi yaitu *fairness*, *supervisor support* serta *organizational rewards* dan *job condition*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat seberapa besar pengaruh *perceived organizational support* dan dimensinya terhadap *work engagement* pada 100 Barista Starbucks di Kota Bandung. Alat ukur yang dipergunakan dalam penelitian ini yaitu UWES-17 (*Utrecht Work Engagement Scale-17*) yang dikembangkan oleh Schaufeli et al. (2002). Selain itu, *Survey Perceived organizational support* (SPOS) oleh Eisenberger et. al. (1986) yang diadaptasi oleh Avianti & Hatta (2022). Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh secara signifikan *perceived organizational support* terhadap *work engagement* sebesar 28.5% ($R^2 = .285$). Dimensi *organizational rewards* dan *job conditions* berpengaruh signifikan dengan angka 20.8%. Sedangkan pengaruh terendah adalah dimensi *fairness* dengan angka 1.8%.

Kata Kunci: Barista, *Perceived Organizational Support*, Starbucks.

A. Pendahuluan

Organisasi membutuhkan karyawan yang mempunyai tingkat energi yang tinggi dalam bekerja, berdedikasi dengan pekerjaannya, dan antusias hingga terlarut dalam aktivitas pekerjaannya [1]. Hal tersebut tercermin pada karyawan dengan *work engagement*. *Work engagement* sebagai keadaan afektif-motivasi positif dan keterlibatan penuh dengan pekerjaan yang ditandai dengan *vigor*, *dedication*, dan *absorption* [2].

Berdasarkan penelitian Gallup [3] menunjukkan bahwa tingkat *engagement* karyawan Indonesia pada tahun 2022 sebesar 24% dan dapat disimpulkan bahwa *engagement* di Indonesia masih rendah, sehingga studi mengenai *work engagement* menjadi penting karena dapat memberikan pedoman bagi perusahaan dalam merancang strategi, karyawan yang memiliki tingkat keterlibatan tinggi dapat memberikan kontribusi dalam meningkatkan kualitas layanan, dan meningkatkan kepuasan kerja dan kesejahteraan karyawan [4].

Schaufeli & Bakker [5] mengemukakan *work engagement* dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu *job demands* dan *job resources*. *Job resources* memiliki peran dalam *intrinsic motivation* karena *job resources* memenuhi kebutuhan dasar manusia, selain itu *job resources* dapat berkontribusi pada motivasi ekstrinsik, karena lingkungan organisasi yang menguntungkan menumbuhkan komitmen karyawan dan penggunaan keterampilan mereka di tempat kerja [6].

Salah satu bentuk *organizational support* pada *job resources* adalah *perceived organizational support* [7]. *Perceived organizational support* mengacu pada persepsi karyawan tentang seberapa jauh perusahaan menghargai upaya mereka dan menunjukkan kepedulian terhadap kesejahteraan mereka [8]. Rhoades dan Eisenberger [8] juga mengidentifikasi tiga dimensi utama yang berhubungan dengan POS, yaitu *fairness*, *supervisor support*, *organizational rewards & job conditions*. Berdasarkan hasil penelitian Saks [9] menunjukkan bahwa salah satu faktor pendukung tercapainya tingkat *engaged* tinggi pada karyawan salah satunya adalah *perceived organizational support*. Adanya *perceived organizational support* yang positif memungkinkan akan berdampak pada tingkat *work engagement*. Tingkat *work engagement* karyawan yang tinggi cenderung terlihat ketika mereka mempunyai kesan yang baik terhadap dukungan yang diberikan oleh perusahaan [10].

Beberapa penelitian telah dilakukan mengenai *perceived organizational support* terhadap *work engagement*, namun hasil yang didapatkan masih beragam. Penelitian yang dilakukan di Rumah Sakit X Kota Sukabumi pada perawat terdapat pengaruh *perceived organizational support* terhadap *work engagement*, yang artinya dimensi *Fairness*, *Supervisor Support*, dan *Organizational Reward & Job Conditions* terbukti mempengaruhi signifikan terhadap *work engagement* [11]. Penelitian lain memberikan hasil yang berbeda, pada karyawan divisi alat berat [12] dan karyawan marketing [13] hasilnya adalah dimensi *Fairness* dan *Supervisor Support* berpengaruh terhadap *work engagement*, sedangkan dimensi *Organizational Reward & Job Conditions* tidak berpengaruh terhadap *work engagement*.

Penelitian oleh Hakanen [14] pada sektor layanan manusia memiliki tingkat *work engagement* yang lebih tinggi daripada mereka di sektor komunikasi, manufaktur, dan transportasi. Karyawan yang bekerja dalam sektor layanan manusia cenderung merasa sangat terikat dengan pekerjaan mereka. Salah satu bidang layanan adalah *hospitality industry*. *Hospitality Industry* adalah sektor jasa yang bertujuan mencapai keuntungan bagi organisasi melalui penyediaan layanan yang mengutamakan kepuasan pelanggan [15]. Penelitian yang pada *hospitality industry* di Indonesia masih terbatas cakupannya, sehingga disarankan agar lebih banyak penelitian dilakukan untuk mengeksplorasi industri perhotelan Indonesia yang lebih luas termasuk sektor-sektor seperti *food and beverage*, akomodasi, rekreasi, dan *travel* [16].

Berdasarkan analisis, saran, dan keterbatasan dari penelitian-penelitian sebelumnya, maka menjadi ketertarikan peneliti untuk melakukan penelitian kembali pengaruh *perceived organizational support* terhadap *work engagement* pada bidang *hospitality* terutama dalam sektor *food and beverage* di *Coffee Shop* dengan karakteristik pekerjaan yang memiliki keterampilan dan keahlian khusus, yaitu Barista.

Coffee Shop termasuk bisnis waralaba jenis *Food and Beverage* menempati peringkat atas dan akan terus berkembang dalam bidang bisnis di Indonesia [17]. Salah satu kota besar

yaitu Kota Bandung setiap tahunnya mengalami peningkatan jumlah *Coffee Shop* hingga saat ini [18]. Starbucks merupakan salah satu industri coffee shop terbesar yang ada di Indonesia. Starbucks menerapkan sistem toko berlisensi *non-franchise* dengan membayar penggunaan lisensinya dalam jangka waktu. Dimana sistemasi operasional manajemen, toko dan karyawan akan sama pada tiap gerainya.

Pekerjaan barista Starbucks lebih dari sekadar "karyawan". Barista menjadi bagian penting dalam Starbucks karena menjadi wajah perusahaan. Tugas utama seorang barista di Starbucks yaitu menyediakan layanan pelanggan yang luar dan biasa dan menciptakan pengalaman yang terbaik bagi pelanggan dengan menyajikan minuman dan makanan. Kualifikasi yang diperlukan untuk menjadi barista Starbucks meliputi semangat, tingkat energi dan antusiasme yang tinggi, kemampuan interpersonal yang baik yang ditandai dengan sikap hangat dan orientasi pelayanan pelanggan [19].

Gaji barista di Starbucks Indonesia *full time* menurut berbagai sumber sesuai dengan UMK (Upah Minimum Kota) setempat [20]. Meskipun imbalan finansial penting untuk memenuhi kebutuhan dasar individu, diketahui bahwa gaji atau imbalan finansial saat ini bukanlah penentu utama karyawan engaged, karena memberikan kesempatan kepada individu untuk berpartisipasi dalam bidang minat dan keahlian pribadi [21].

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran *perceived organizational support* pada barista Starbucks di kota Bandung?
2. Bagaimana gambaran *work engagement* pada barista Starbucks di kota Bandung?
3. Bagaimana pengaruh dari *perceived organizational support* terhadap *work engagement* pada barista Starbucks di kota Bandung?

B. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan desain kausalitas. Subjek dalam penelitian ini (N=100) adalah barista Starbucks di Kota Bandung dengan minimal lama bekerja 1 tahun.

Teknik sampling menggunakan *convenience*. Pengambilan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner dalam bentuk *google form* yang berisi alat ukur *work engagement* yaitu UWES-17 (*Utrecht Work Engagement Scale-17*) yang dikembangkan oleh Schaufeli et al. (2002) dan alat ukur *perceived organizational support* yaitu *Survey Perceived organizational support* (SPOS) oleh Eisenberger et. al. (1986) yang diadaptasi oleh Avianti & Hatta (2022). Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknis analisis regresi linier berganda.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Gambaran *Perceived Organizational Support* pada Barista Starbucks

Berikut adalah gambaran *perceived organizational support* pada barista Starbucks:

Tabel 1. Data Tingkat *Perceived Organizational Support* pada Barista Starbucks

<i>Perceived Organizational Support</i>	Frekuensi	%
Rendah	5	5%
Tinggi	95	95%
Total	100	100%

Berdasarkan tabel 1 dapat diketahui bahwa sampel terdiri dari 100 barista Starbucks di Kota Bandung. Mayoritas sampel mempunyai *perceived organizational support* yang tinggi yaitu 95%. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar barista Starbucks mempunyai persepsi positif pada dukungan organisasi. Dukungan organisasi ini mencakup *fairness, supervisor support, recognition, compensation, promotion, job security, autonomy, dan training*.

Gambaran *Perceived Organizational Support* pada Barista Starbucks

Berikut adalah gambaran *work engagement* pada barista Starbucks:

Tabel 2. Data Tingkat *Work Engagement* pada Barista Starbucks

<i>Work Engagement</i>	Frekuensi	%
<i>Work Engagement</i> Rendah	17	17%
<i>Work Engagement</i> Tinggi	83	83%
Total	100	100%

Berdasarkan tabel 2 dapat diketahui bahwa sampel terdiri dari 100 barista Starbucks di Kota Bandung. Mayoritas sampel mempunyai *work engagement* yang tinggi yaitu 83% dapat diartikan bahwa mayoritas Barista Starbucks di Kota Bandung dalam penelitian ini mempunyai kondisi afektif-motivasi yang positif dan termotivasi untuk bisa secara penuh terlibat dalam melaksanakan pekerjaan mereka. Hal ini sejalan dengan penelitian Bakker [26] dimana seseorang yang terlibat secara aktif dalam pekerjaan cenderung menunjukkan kinerja yang tinggi dalam tugas-tugas yang termasuk *extra-role* dan *in-role*, sehingga mereka bersedia untuk memberikan usaha ekstra dalam menjalankan pekerjaannya. Mengacu pada Hakanen [14] menyatakan bahwa jenis pekerjaan dan industri memiliki dampak signifikan terhadap tingkat *work engagement*, dimana karyawan *hospitality industry* sendiri mempunyai tingkat *work engagement* yang cenderung lebih tinggi dibandingkan karyawan di *industry* lain, oleh karena itu tingkat *work engagement* barista Starbucks masuk ke dalam kategori tinggi karena merupakan bidang *hospitality*.

Pengaruh *Perceived Organizational Support* (X) terhadap *Work Engagement* (Y)

Hasil penelitian mengenai pengaruh *perceived organizational support* terhadap *work engagement* pada barista Starbucks di kota Bandung, yang diuji menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Hasil pengujian dijelaskan pada table 3 s.d 5.

Tabel 3. Uji ANOVA

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	6831.632	3	2277.211	12.780	.000 ^b
Residual	17106.368	96	178.191		
Total	23938.000	99			

Pada tabel 3. Dapat dilihat bahwa nilai Sig. di bawah taraf signifikan 0,05 atau 5%, hal ini mengindikasikan bahwa terdapat pengaruh antara variabel *fairness*, *supervisor support*, dan *organizational rewards and job* secara simultan terhadap variabel *work engagement*.

Tabel 4. Koefisien Determinasi Uji F (Simultan)

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
0,534	0,285	0,263	13,34883

Pada tabel 4, nilai R-Square atau proporsi pengaruh variabel *fairness*, *supervisor support*, dan *organizational rewards and job* terhadap variabel *work engagement* adalah sebesar 28,5%. Artinya bahwa variabel *fairness*, *supervisor support*, dan *organizational rewards and job* dapat mempengaruhi *work engagement* sebesar 28,5%, sedangkan 72,5% lainnya dapat dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.

Tabel 5. Koefisien Determinasi Uji T (Parsial)

Model	Unstandardized Coefficients		t	Sig.	Coefficients Correlations	Total Pengaruh
	B	Std. Error				
(Constant)	29.192	8.753	3.335	.001		
<i>Fairness</i>	.055	.250	.219	.827	0.441	1.8%
<i>Supervisor Support</i>	.211	.312	.675	.501	0.458	5.9%
<i>Organizational Rewards and Job Condition</i>	.967	.317	3.054	.003	0.523	20.8%

Berdasarkan tabel 5, dapat dilihat bahwa diketahui dimensi *perceived organizational support* yang memiliki nilai Sig. < 0.05, artinya H_0 ditolak (terdapat pengaruh). Sehingga dapat disimpulkan bahwa dimensi *organizational rewards and job condition* memberikan pengaruh signifikan terhadap *work engagement*. Selain itu, koefisien determinasi masing-masing dimensi *perceived organizational support* terhadap *work engagement* diperoleh hasil bahwa dimensi *fairness* memberikan pengaruh paling rendah yaitu 1.8%, lalu dimensi *supervisor support* memberikan hasil 5.9%, dan dimensi yang memberikan pengaruh terbesar adalah dimensi *organizational rewards and job condition* sebesar 20.8%.

Berdasarkan uji analisis regresi yang telah dilakukan, bisa menunjukkan bahwa POS dapat menjadi faktor pendorong Barista Starbucks bisa *engaged* dengan pekerjaannya dan dapat mengurangi pengaruh *job demands*. Hal tersebut menunjukkan Barista Starbucks mempersepsikan bahwa Starbucks memberikan perhatian dan perlakuan yang adil terhadap kesejahteraannya (*fairness*), barista merasakan dukungan dan perhatian atasan dalam kinerja dan kontribusinya (*supervisor support*), serta mengalami penghargaan dan kondisi kerja yang sesuai dengan kemampuan mereka (*organizational rewards and job conditions*). Jika para barista Starbucks merasakan keadilan, dukungan dari atasan, serta penghargaan organisasi dan kondisi kerja yang memadai, maka barista Starbucks akan mengalami emosi positif ketika bekerja dan menjadi termotivasi untuk bekerja lebih keras dan dapat mengatasi tuntutan pekerjaan setiap harinya dengan optimal, di mana dapat menguntungkan Starbucks karena dapat memberikan kualitas pelayanan yang baik.

Selain itu, hal ini sesuai pada penelitian Jaya [13] yang menunjukkan ketika karyawan merasakan adanya *fairness*, *supervisor support*, serta *organizational rewards and job conditions*, karyawan cenderung mempunyai emosi positif saat bekerja hingga dapat mempengaruhi tingkat *work engagement*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat *work engagement* dan POS yang dimiliki Barista Starbucks di Kota Bandung tinggi dan dimensi POS yang mempengaruhi signifikan terhadap *work engagement* yaitu dimensi *organizational rewards and job condition*. Hasil tersebut berbeda dengan penelitian Jaya [13] dan Utari [12] yang mengatakan bahwa dimensi *organizational rewards and job conditions* tidak memberikan pengaruh terhadap *work engagement*. Kemungkinan perbedaan yang terlihat dalam hasil penelitian ini bisa disebabkan oleh ruang lingkup penelitian yang hanya fokus kepada satu perusahaan.

D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. *Perceived Organizational Support* pada barista Starbucks di Kota Bandung (95%) termasuk ke dalam kategori tinggi.
2. *Work engagement* pada Barista Starbucks di Kota Bandung (83%) termasuk ke dalam kategori tinggi.
3. Secara keseluruhan, terdapat pengaruh signifikan *perceived organizational support* terhadap *work engagement* pada Barista Starbucks di Kota Bandung
4. Secara masing-masing dimensi *perceived organizational support*, dimensi yang paling

memberikan pengaruh signifikan terhadap *work engagement* pada Barista Starbucks di Kota Bandung adalah *organizational rewards and job conditions* sedangkan dimensi *fairness* dan *supervisor support* tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap *work engagement*.

Acknowledge

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan berkontribusi dalam penelitian ini, sehingga penelitian ini dapat dilaksanakan diselesaikan dengan tepat waktu.

Daftar Pustaka

- [1] Bakker, A. B., & Leiter, M. P. (Eds.). (2010). *Work Engagement: A Handbook Of Essential Theory And Research*. New York: Psychology Press.
- [2] Schaufeli, W. B., Salanova, M., Gonzalez-Roma, V., & Bakker, A. B. (2002). The measurement of engagement and burnout: A two sample confirmatory factor analytic approach. *Journal of Happiness Studies*, 3(1), 71–92. <https://doi.org/10.1023/A:1015630930326>.
- [3] Gallup. (2022, September 2). *State of the Global Workplace Report*. www.Gallup.com. <https://www.gallup.com/workplace/349484/state-of-the-global-workplace-2022-report.aspx>
- [4] Harter, J. K., Schmidt, F. L., & Hayes, T. L. (2002). Business-unit-level relationship between employee satisfaction, employee engagement, and business outcomes: A meta-analysis. *Journal of Applied Psychology*, 87(2), 268–279. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.87.2.268>
- [5] Schaufeli, W. B., & Bakker, A. B. (2004). Job demands, job resources, and their relationship with burnout and engagement: A multi-sample study. *Journal of Organizational Behavior*, 25(3), 293–315. <https://doi.org/10.1002/job.248>
- [6] Bakker, A. B., Albrecht, S. L., & Leiter, M. P. (2011). Key questions regarding work engagement. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 20(1), 4–28. <https://doi.org/10.1080/1359432X.2010.485352>
- [7] Man, G. S., & Hadi, C. (2013). Hubungan antara perceived organizational support dengan work engagement pada guru SMA swasta di Surabaya. *Jurnal Psikologi Industri Dan Organisasi*, 2(2), 90–99.
- [8] Rhoades, L., & Eisenberger, R. (2002). Perceived organizational support: A review of the literature. *Journal of Applied Psychology*, 87(4), 698–714. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.87.4.698>
- [9] Saks, A. M. (2006). Antecedents and consequences of employee engagement. *Journal of Managerial Psychology*, 21(7), 600–619. <https://doi.org/10.1108/02683940610690169>
- [10] Biswas, S., & Bhatnagar, J. (2013). Mediator analysis of employee engagement: Role of perceived organizational support, P-O fit, organizational commitment, and job satisfaction. *Sage Journals*, 38(1), 27–41. <https://doi.org/10.1177/0256090920130103>
- [11] Febrina, S., Darsono, I. A. R., & Larasati, I. A. (2020). Perceived organizational support dan pengaruhnya terhadap work engagement pada perawat rumah sakit x di kota Sukabumi. *Jurnal Ilmiah Psikologi Reliabel*, 6(6), 13–26. www.kebijakankesehatanindonesia.net
- [12] Utari, H. D., Prakoso, H., & Putera, V. S. (2021). Pengaruh perceived organizational support terhadap work engagement pada karyawan produksi. *Prosiding Psikologi*, 7(1), 134–139. <https://doi.org/10.29313/v7i1.25972>
- [13] Jaya, M. R., Prakoso, H., & Putra, V. S. (2020). Pengaruh perceived organizational support terhadap work engagement pada karyawan marketing di PT Len Industri. *Prosiding Psikologi*, 6(6), 838–888. <https://doi.org/10.29313/v6i2.24480>
- [14] Hakanen, J. J., Ropponen, A., Schaufeli, W. B., & de Witte, H. (2019). Who is engaged

- at work?: A large-scale study in 30 european countries. *Journal of Occupational and Environmental Medicine*, 61(5), 373–381. <https://doi.org/10.1097/JOM.0000000000001528>
- [15] Nathalia, T. C., & Kristiana, Y. (2019). Pemahaman konsep hospitality pada pelaku pariwisata di kabupaten Berau. *Jurnal Khasanah Ilmu*, 10(1), 2655–5433.
- [16] Karinadewi, N., & Martdianty, F. (2021). A model of meaning of work, work engagement, organizational commitment, and turnover intention in Jakarta and Bali hotel employees. *Proceding of the 7th International Conference on Hospitality and Tourism Management*, 5(1), 47–53. <https://doi.org/10.17501/23572612.2020.5104>
- [17] Kontan.co.id. (2020, Januari 14). *Food and Beverages (F&B) Masih di Peringkat Atas Tren Waralaba 2020*. Kontan News. <https://industri.kontan.co.id/news/food-and-beverage-fb-masih-diperingkat-atas-tren-bisnis-waralaba-2020?page=>
- [18] Open Data Jabar. (2021) Jumlah Restoran Berdasarkan Kabupaten/Kota di Jawa Barat. <https://opendata.jabarprov.go.id/id/dataset/jumlah-restoranberdasarkan-kabupatenkota-di-jawa-barat>
- [19] Starbucks.co.id (2022). *What We Look for in Baristas*. <https://www.starbucks.co.id/about-us/career-center/retail-careers>
- [20] Economy.okezone (2022, Juli 27). *Mengintip Gaji Barista Starbucks Terbaru Tahun 2022*. Jakarta: economy.okezone.com <https://economy.okezone.com/read/2022/07/27/622/2636938/mengintip-gaji-barista-starbucks-terbaru-tahun-2022>
- [21] Kulikowski, K & Sedlak, P. (2020). Can You Buy Work Engagement? The Relationship Pay, Fringe Benefits, Financial Bonus, And Work Engagement. *Current Psychology*, 39, 343-353. <https://doi.org/10.1007/s12144-017-9768-4>
- [22] P. A. Syafira and I. Hatta, “Pengaruh Self Determination terhadap Work Engagement pada Mahasiswa Its yang Mengikuti Magang,” *Jurnal Riset Psikologi*, pp. 69–74, Jul. 2023, doi: 10.29313/jrp.v3i1.2106.
- [23] T. P. Islamy, L. Widawati, and A. T. Utami, “Pengaruh Psychological Well-Being terhadap Work Engagement pada Karyawan Direktorat Operasional,” *Jurnal Riset Psikologi*, vol. 3, no. 2, pp. 101–108, Dec. 2023, doi: 10.29313/jrp.v3i2.2764.
- [24] P. M. Fanny and T. D. Djamhoer, “Hubungan antara Celebrity Worship dengan Body Image pada Penggemar K-Pop Usia Dewasa Awal,” *DELUSION: Exploring Psychology*, vol. 1, no. 1, pp. 21–26, 2023, doi: 10.29313/delusion.vxix.xxx.