

Pengaruh *Satisfaction With Football Team Performance* terhadap *Work Engagement* pada *Salesperson* dengan Model *Spillover*

Zaidan Ariq Najmudin, Hendro Prakoso, Vici Sofianna Putera

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

*zaidanariq@gmail.com, rimata.du@gmail.com, vici.putera@unisba.ac.id

Abstract. This aim of this study is to determine how much influence satisfaction has on the performance of the football team through a positive affect on work engagement's salesperson in Bandung. In this study, the researchers used an explanatory research design using survey methods, in this study the authors used a quantitative type of research with the number of samples in this study were 22 salespeople who became Persib supporters. The measuring instrument used is a measure of satisfaction with the performance of the football team from Scarpello & Campbell and a tool for measuring work engagement from Schaufeli & Bakker. The results of the study based on the results of the calculation of mediation analysis obtained a p value of 0.0583. Based on these results, because the p value > 0.05 ($0.0583 > 0.05$), it can be said that it is not significant. From the above calculation that there is no influence of the positive affect variable as a mediating variable. That is, satisfaction with the performance of the football team through a positive influence has no effect on work engagement.

Keywords: *Satisfaction With Football Team Performance Work Engagement, Salesperson.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *satisfaction with football team performance* melalui *positive affects* terhadap *work engagement* pada *salesperson di Kota Bandung*. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan desain penelitian *explanatory research* yang menggunakan metode survey, pada penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 22 salesperson yang menjadi supporter Persib. Alat ukur yang digunakan adalah alat ukur *one item scale satisfaction with football team performance* dari Scarpello & Campbell dan alat ukur *work engagement* dari Schaufeli & Bakker. Hasil penelitian berdasarkan dari hasil perhitungan analisis mediasi diperoleh nilai p sebesar 0,0583. Berdasarkan hasil tersebut, dikarenakan nilai $p > 0,05$ ($0,0583 > 0,05$) maka dapat disimpulkan tidak signifikan. Dari perhitungan diatas menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh dari *variable positive affect* sebagai *variable mediasi*. Artinya, *satisfaction with football team performance* melalui *positive affect* tidak berpengaruh terhadap *work engagement*.

Kata Kunci: *Satisfaction With Football Team Performance, Work Engagement, Salesperson*

A. Pendahuluan

Sepak bola menjadi salah satu olahraga yang memiliki jumlah pendapatan tertinggi dan juga merupakan salah satu olahraga yang sangat terkenal di dunia. Jumlah pendapatan ini didapatkan dari penjualan tiket penonton setiap musimnya contohnya kejuaraan negara Piala Dunia dan kejuaraan antar klub seperti liga, dan ini juga terjadi di Indonesia. Seringkali, pada setiap pertandingan liga di kebanyakan kota di Indonesia, jumlah penonton hampir selalu menghabiskan tiket hingga supporter memenuhi stadion. Contohnya, saat kejuaraan antar klub se-Asia tahun 2018 ketika Persija Jakarta bertanding melawan Home United Singapura di Gelora Bung Karno, Senayan. Stadion terisi lebih dari 62 ribu penonton yang saat itu memecahkan rekor penonton terbanyak dalam sejarah kompetisi Animo penonton saat Tim Nasional Indonesia tampil pun tidak kalah ramai, bahkan menjadi salah satu yang terbesar di Asia dan dunia [1].

Setiap tahun jutaan penggemar sepakbola dari seluruh dunia rela mengeluarkan waktu tenaga, dan uang untuk mendukung tim favoritnya, disini terlihat bahwa para penggemar tim sepakbola bersemangat dalam mendukung tim favoritnya agar mendapatkan kemenangan dan berbagi pengalaman ke sesama penggemar sepakbola lainnya [2]. dari uraian tadi memungkinkan untuk para penggemar sepakbola untuk menunjukkan berbagai emosi termasuk kegembiraan, relaksasi, kebosanan, kemarahan, penghinaan, dan agresi sebagai akibat dari performa tim favorit mereka [3]. Performa dan hasil dari pertandingan sepakbola setiap minggunya merupakan peristiwa penting yang dirasakan oleh penggemar sepakbola, keterikatan mereka dengan tim sepakbola memiliki hubungan psikologis yang cukup besar [4].

Dijelaskan dalam *social identity theory*, individu mengidentifikasi dirinya dengan berbagai kelompok sosial dan dengan demikian menganggap diri mereka sebagai anggota dan juga bagian dari masing-masing kelompok [5]. identifikasi tim olahraga didefinisikan sebagai keterikatan yang dirasakan penonton dengan tim sepakbola favoritnya dan pengalaman kegagalan dan pencapaian tim sebagai milik sendiri. Persepsi tentang keterikatan dengan tim ini sebagian besar dikaitkan dengan peningkatan diri, memungkinkan penggemar untuk menikmati kejayaan yang tercermin dari tim sepakbola favoritnya [6]. terlihat bahwa penggemar dengan identifikasi tinggi dengan tim olahraga mereka menunjukkan lebih banyak pengaruh positif dan negatif setelah membaca artikel olahraga tentang tim favorit mereka dibandingkan dengan individu dengan identifikasi yang rendah [7].

Menurut *Affective Events Theory* kejadian penting di tempat kerja memicu reaksi afektif spesifik yang menentukan sikap dan perilaku terkait dengan pekerjaan [8]. Keadaan afektif positif seperti antusiasme atau kebahagiaan dapat membuat karyawan mengeluarkan energi untuk memenuhi tujuan mereka dan karena itu membuat mereka lebih terlibat dalam apa yang mereka kerjakan [9]. Sebaliknya, keadaan afektif negatif berhubungan dengan distress dan disfungsi [10]. Karyawan cenderung disibukkan oleh keadaan negatif mereka, sehingga kurang mampu mengeluarkan energi, kurang merasa nyaman, dan akhirnya kurang menyatu dengan pekerjaan mereka [3].

Menurut teori *spillover* keadaan psikologis dan manifestasi sikap atau perilakunya berpindah dari satu ranah kehidupan seperti hobby dan akhirnya dapat mempengaruhi ranah pekerjaan. namun melihat bahwa peran seorang penggemar sepak bola, ketika mereka mendukung tim favoritnya, peran mereka tidak sama ketika menjadi karyawan, terlihat bahwa *spillover* dari menonton pertandingan sepak bola ke pekerjaan tidak langsung melalui reaksi afektif penggemar sepak bola. Ini berarti bahwa peristiwa afektif yang terkait dengan pertandingan sepak bola dapat menentukan afek positif dan negatif individu yang pada akhirnya mempengaruhi pekerjaan [11].

Work engagement mencerminkan keadaan terkait pekerjaan yang memotivasi yang dicirikan oleh *vigour* (yaitu, tingkat energi yang tinggi di tempat kerja), *dedication* (yaitu, perasaan antusiasme dan signifikansi dengan pekerjaan seseorang), dan *absorption* (yaitu, yang sepenuhnya terkonsentrasi dan bahagia tenggelam dalam pekerjaan seseorang [12], *Work engagement* relevan untuk dipertimbangkan dalam penelitian ini dikarenakan peka terhadap apa yang seseorang lakukan selama waktu senggang mereka dan tidak hanya kegiatan yang berhubungan dengan pekerjaan mereka [13].

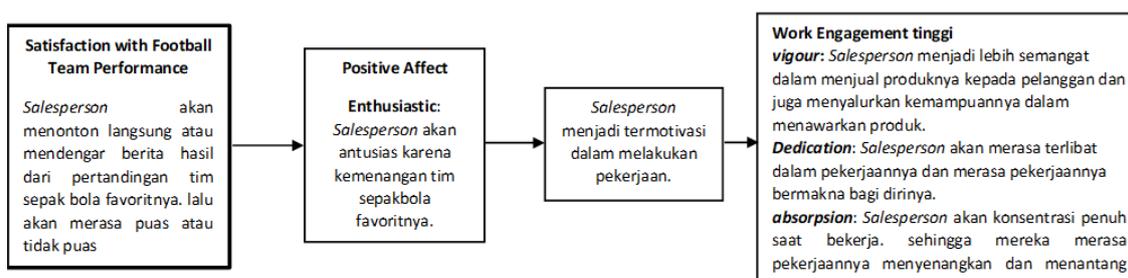
Dalam penelitian sebelumnya, yaitu penelitian Panagiotis Gkorezis di tahun 2016 dari 41 *public sector employees*, yang merupakan penggemar sepakbola dengan menggunakan teori *spillover*, ditemukan bahwa *satisfaction with football team performance* terhadap *work engagement* dan berhubungan dengan *job performance*. Identifikasi yang tinggi terhadap tim sepakbola favorit membuat mereka ketika menerima kekalahan memunculkan afek negatif yang akhirnya membuat *work engagement* rendah dan *job performance* yang menurun [3].

Dalam penelitian lainnya terdapat peristiwa besar dalam kehidupan di luar keluarga yang dapat meluas hingga memengaruhi pekerjaan. dalam penelitian ini, hasil pemilihan presiden memengaruhi *work engagement*, dan berefek pada *job performance*. meskipun pemilihan presiden relatif jarang terjadi tetapi hal ini dapat berpengaruh. disini terlihat bahwa pengaruh terhadap kinerja pekerjaan bervariasi dalam individu sepanjang waktu [14].

Salesperson merupakan aset dan ujung tombak sebuah perusahaan. Tanpa mereka maka roda perusahaan tidak akan berputar. dikatakan bahwa *Salesperson* berbeda dengan jabatan lain karena *Salesperson* dituntut untuk melakukan banyak interaksi, rentan konflik baik dengan perusahaan atau dengan konsumen, serta penilaian kinerja yang lebih berdasarkan pada output pekerjaan (pencapaian target) [15].

Penelitian ini adalah bentuk replikasi dari penelitian terdahulu yakni penelitian Gkorezis pada tahun 2016. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah pada subjek, tempat penelitian dan juga variable yang digunakan. Pada penelitian sebelumnya meneliti subjek *public sector employee* yang merupakan fans sepakbola dari beberapa tim sepakbola yang berbeda di Yunani, sedangkan penelitian ini dilakukan di Bandung, dan juga didalamnya terdapat beberapa profesi yang berbeda, sedangkan penelitian ini meneliti hanya berfokus pada *Salesperson*. Penelitian ini juga tidak menggunakan variable *team identification* dan juga *job performance* dikarenakan terdapat kekurangan dari variable tersebut, sehingga hanya menggunakan *satisfaction with football team performance*, *positive negative affect*, dan *work engagement*.

Berdasarkan hasil yang diperoleh peneliti ingin mencari tahu seberapa besar pengaruh *satisfaction with football team performance* dengan *daily work engagement* melalui *daily positive affect* sebagai variabel mediasi pada *Salesperson* yang memiliki tim sepakbola favorit Persib di kota bandung.



Gambar 1. Bagan Penelitian

Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sebagai berikut.

1. Untuk mendapatkan gambaran *satisfaction with football team performance* pada *Salesperson*
2. Untuk mendapatkan gambaran *work engagement* pada *Salesperson*.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *satisfaction with football team performance* terhadap *work engagement* yang dimediasi oleh *positive affect* pada *Salesperson*.

B. Metodologi Penelitian

Peneliti menggunakan desain penelitian *explanatory research* yang menggunakan metode

survey, pada penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Partisipan yang diteliti adalah 22 Karyawan *Salesperson Representative* yang memiliki masa kerja kurang dari 10 tahun. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner sebanyak 2 kali pengumpulan data. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknis analisis mediasi.

Alat ukur *satisfaction with football team performance* dalam penelitian ini menggunakan satu item dari *satisfaction with football team performance* karena penelitian sebelumnya menyarankan bahwa skala satu item untuk mengukur kepuasan sama-sama andal dan valid daripada skala multi-item menurut Scarpello & Campbell [16]. Peneliti menggunakan alat ukur ini dengan melalui proses adaptasi ke dalam Bahasa Indonesia, dengan skala likert 7 poin mulai dari 1 (tidak pernah) hingga 7 (selalu).

Alat ukur *positive affect* dalam penelitian ini menggunakan *Positive and Negative Affect Schedule* [17] dan telah di adaptasi dalam Bahasa Indonesia oleh peneliti. Peneliti hanya menggunakan item *positive affect* dengan jumlah pernyataan sebanyak 8 item, dengan skala likert 5 poin mulai dari 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju).

Alat ukur *work engagement* dalam penelitian ini menggunakan UWES-17 dari Schaufeli et al [9] dan telah di adaptasi dalam bahasa Indonesia yang oleh Sutisna et al., (2020) yang berdasarkan 3 aspek yang terdapat pada work engagement dengan jumlah pernyataan sebanyak 17 item, dengan skala likert 7 poin mulai dari 1 (tidak pernah) hingga 7 (selalu).

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Gambaran *Satisfaction With Football Team Performance*

Tabel 1. Rekapitulasi Kategori *Satisfaction with Football Team Performance*

Kategori	Frekuensi	%
<i>Satisfaction with Football team performance</i> Rendah	10	45,5
<i>Satisfaction with Football team performance</i> Tinggi	12	54,5
Total	22	100

Berdasarkan tabel di atas sebanyak 10 orang (45,5%) memiliki *satisfaction with football team performance* rendah, sedangkan sebanyak 12 orang (54,5%) memiliki *satisfaction with football team performance tinggi*. Hasil ini didapatkan dari dua kali pertandingan persib yang keduanya berakhir dengan hasil seri atau draw. Pertandingan ini dilakukan dalam keadaan tim Persib bermain kandang satu kali dan tandang satu kali. *Salesperson* yang memiliki *satisfaction with football team performance* tinggi merasa puas dengan hasil yang telah diperoleh yaitu hasil seri. Sedangkan sisanya yang memiliki *satisfaction with football team rendah* tidak merasa puas dengan hasil seri yang diperoleh Persib.

Gambaran Tingkat *Work Engagement*

Tabel 2. Rekapitulasi Kategori *Work Engagement*

Kategori	Frekuensi	%
<i>Work Engagement</i> Rendah	3	13,6
<i>Work Engagement</i> Tinggi	19	86,4
Total	22	100

Berdasarkan tabel di atas sebanyak 19 dari 22 *Salesperson* atau sebanyak 86,4% *Salesperson* memiliki *Work Engagement tinggi*, artinya *Salesperson* mengalami keadaan afektif

motivasional yang positif, tingkat energi yang tinggi saat bekerja, antusias dalam bekerja, dan berkonsentrasi penuh pada pekerjaannya.

Pengaruh Satisfaction With Football Team Performance (X) melalui Positive Affect (Z) terhadap Work Engagement (Y)

Analisis pengaruh langsung dan tidak langsung

Tabel 3. Perhitungan analisis mediasi X ke Z

	coefficients	p
constant	2,4050	0,0000
X	0,1336	0,3444

Jalur a merupakan pengaruh dari satisfaction with football team performance (X) ke positive affects (Z), dari hasil output diatas diperoleh nilai koefisien jalur a sebesar 0,1336 dan nilai p sebesar 0,3444. Berdasarkan hasil tersebut, dikarenakan nilai $p > 0,05$ ($0,3444 > 0,05$) maka dapat disimpulkan tidak signifikan.

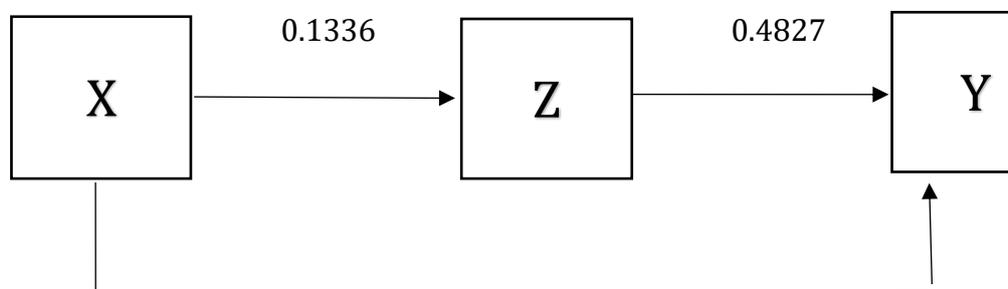
Tabel 4. Perhitungan analisis mediasi Direct X ke Y, Z ke Y dan Indirect X ke Y

	coeff	p
constant	0,8157	0,2667
X	0,3171	0,0496
Z	0,4827	0,0583

Jalur c merupakan pengaruh langsung dari satisfaction with football team performance (X) ke work engagement (Y), dari hasil output diatas diperoleh nilai koefisien jalur c sebesar 0,3171 dan nilai p sebesar 0,0496. Berdasarkan hasil tersebut, dikarenakan nilai $p < 0,05$ ($0,0496 < 0,05$) maka dapat disimpulkan signifikan.

Jalur b merupakan pengaruh dari positive affects (Z) ke work engagement (Y), dari hasil output diatas diperoleh nilai koefisien jalur b sebesar 0,4827 dan nilai p sebesar 0,0583. Berdasarkan hasil tersebut, dikarenakan nilai $p > 0,05$ ($0,0583 > 0,05$) maka dapat disimpulkan tidak signifikan.

Jalur a*b merupakan pengaruh tidak langsung satisfaction with football team performance (X) ke work engagement (Y), dari output diatas dapat kita hitung pengaruh tidak langsung adalah 0,0645 ($0,1336 * 0,4827$).



Gambar 2. Bagan Analisis Mediasi Indirect dan Direct

Analisis pengaruh dari variable mediasi

Tabel 5. Analisis Mediasi Pengaruh Variable Mediasi

	BootLLCI	BootULCI
Z	-0,0694	-0,0694

Dari hasil analisis di atas, nilai efek tidak langsung tidak terstandar bootstrap sebesar -0,0694, dan interval kepercayaan (CI) 95% berkisar antara sampai 0,3050. Hasil analisis menunjukkan pada indirect effect, nilai BootLLCI = -0,0694 dan BootULCI = 0,3050 dibawah 0, maka variabel affect positif terbukti tidak memediasi.

Berdasarkan hasil analisis mediasi ditemukan bahwa *satisfaction with football team performance* yang dimediasi oleh *positive affects* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *work engagement* berdasarkan jalur a yang merupakan pengaruh dari *satisfaction with football team performance* (X) ke *positive affects* (Z), dikarenakan nilai $p > 0,05$ ($0,3444 > 0,05$) maka dapat disimpulkan tidak signifikan. Lalu pada Jalur b merupakan pengaruh dari *positive affects* (Z) ke *work engagement* (Y), dikarenakan nilai $p > 0,05$ ($0,0583 > 0,05$) maka dapat disimpulkan tidak signifikan, setelah dua perhitungan tersebut artinya tidak ada pengaruh yang dihasilkan dari *Salespeson* melalui *satisfaction with football team performance* yang dimediasi oleh *positive affect* untuk mendapatkan *work engagement* yang tinggi. Hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan Gkorezis, Bellou, Xanthopolou, Bakker & Tsiftsis, (2016) menghasilkan kesimpulan bahwa *satisfaction with football team performance* tidak berpengaruh terhadap *work engagement* melalui *positive affect*, dengan begitu hasil penelitian sebelumnya memiliki kesamaan yaitu *positive affect* tidak memediasi pengaruh *satisfaction with football team performance* terhadap *work engagement*. Hal ini dapat terjadi karena supporter sepakbola lebih besar kemungkinan untuk merasakan afek negatif ketika mereka tidak puas dengan hasil dari tim sepakbola favorit, sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan ketidakpuasan akan hasil seperti kekalahan tim favorit menghasilkan emosi negatif kepada supporter [18]. Hal ini juga dijelaskan bahwa kejadian dan tingkatan afek negatif lebih bertahan lama dan memiliki konsekuensi yang lebih besar dibandingkan kejadian dan afek positif [19].

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan pada indirect effect, nilai BootLLCI = -0,0694 dan BootULCI = 0,3050 dibawah 0, maka variabel affect positif terbukti tidak memediasi. Dari perhitungan diatas menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh dari variable positive affect sebagai variable mediasi. Penelitian ini tidak membuktikan teori sebelumnya, bahwa spillover dari peristiwa afektif yang terkait dengan pertandingan sepak bola dapat menentukan afek positif dan negatif individu yang pada akhirnya mempengaruhi pekerjaan [6].

Berdasarkan Jalur c yang merupakan pengaruh langsung dari *satisfaction with football team performance* terhadap *work engagement*, dari hasil output diatas diperoleh nilai koefisien jalur c sebesar 0,3171 dan nilai p sebesar 0,0496. Berdasarkan hasil tersebut, dikarenakan nilai $p < 0,05$ ($0,0496 < 0,05$) maka dapat disimpulkan signifikan. Berdasarkan hasil diatas maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh didapatkan dari variable lain bukan dari positive affect, *Work engagement* yang tinggi tidak dimediasi oleh positive affect, namun bersifat langsung dari *satisfaction with football team performance*. Oleh karena itu perlu dipertimbangkan model penjelasan lain yang bisa menjelaskan pengaruh *satisfaction with football team performance* terhadap *work engagement*., sejauh peneliti membaca literatur terdahulu belum ditemukan variable apa yang memediasi pengaruh dari *satisfaction with football team performance* terhadap *work engagement*.

D. Kesimpulan

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

1. Sebanyak 54,5% *Salesperson* yang menjadi partisipan memiliki tingkat *Satisfaction with Football Team Performance* pada kategori tinggi.

2. Sebanyak 86,4% *Salesperson* yang menjadi partisipan memiliki tingkat *work engagement* pada kategori tinggi.
3. Tidak Terdapat pengaruh dari *Satisfaction with Football Team Performance* terhadap *Work Engagement* melalui *Positive Affects* pada partisipan *Salesperson* yang memiliki tim sepakbola favorit Persib di Kota Bandung.

Acknowledge

Ucapan terima kasih kepada dosen pembimbing, Drs. Hendro Prakoso. M. Si, Psikolog dan Vici Sofiana Putera, S. Psi., M. Psi.T serta pihak Bobotoh atau supporter Persib Bandung yang bekerja sebagai *Salesperson* yang turut serta dalam membantu penelitian ini.

Daftar Pustaka

- [1] Setiawan, B. G., Abidin, Z., & Sodjakusumah, T. I. (2020). GAMBARAN COPING STRESS PADA ATLET TIM NASIONAL SEPAKBOLA INDONESIA. *Journal of Psychological Science and Profession*, 4(3), 182-188. <https://doi.org/10.24198/jpsp.v4i3.27232>
- [2] Vallerand, R. J., Ntoumanis, N., Philippe, F. L., Lavigne, G. L., Carbonneau, N., Bonneville, A., ... & Maliha, G. (2008). On passion and sports fans: A look at football. *Journal of sports sciences*, 26(12), 1279-1293. <https://doi.org/10.1080/02640410802123185>
- [3] Gkorezis, P., Bellou, V., Xanthopoulou, D., Bakker, A. B., & Tsiftsis, A. (2016). Linking football team performance to fans' work engagement and job performance: Test of a spillover model. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 89(4), 791-812. <https://doi.org/10.1111/joop.12155>
- [4] Crisp, R. J., Heuston, S., Farr, M. J., & Turner, R. N. (2007). Seeing red or feeling blue: Differentiated intergroup emotions and ingroup identification in soccer fans. *Group processes & intergroup relations*, 10(1), 9-26. <https://doi.org/10.1177%2F1368430207071337>
- [5] Mael, F., & Ashforth, B. E. (1992). Alumni and their alma mater: A partial test of the reformulated model of organizational identification. *Journal of Organizational Behavior*, 13(2), 103-123. <https://doi.org/10.1002/job.4030130202>
- [6] Cialdini, R. B., Borden, R. J., Thorne, A., Walker, M. R., Freeman, S., & Sloan, L. R. (1976). Basking in reflected glory: Three (football) field studies. *Journal of personality and social psychology*, 34(3), 366. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/0022-3514.34.3.366>
- [7] Wann, D. L., & Branscombe, N. R. (1992). Emotional responses to the sports page. *Journal of Sport and Social Issues*, 16(1), 49-64. <https://doi.org/10.1177%2F019372359201600104>
- [8] Weiss, H. M., & Cropanzano, R. (1996). Affective events theory. *Research in organizational behavior*, 18(1), 1-74. ISBN: 1-55938-938-9
- [9] Salanova, M., Schaufeli, W. B., Xanthopoulou, D., & Bakker, A. B. (2010). The gain spiral of resources and work engagement: Sustaining a positive worklife. In A. B. Bakker & M. P. Leiter (Eds.), *Work engagement: A handbook of essential theory and research* (pp. 118–131). New York, NY: Psychology Press.
- [10] Watson, D., Clark, L. A., & Tellegen, A. (1988). Development and validation of brief measures of positive and negative affect: the PANAS scales. *Journal of personality and social psychology*, 54(6), 1063. DOI:10.1037/0022-3514.54.6.1063
- [11] Edwards, J. R., & Rothbard, N. P. (2000). Mechanisms linking work and family: Clarifying the relationship between work and family constructs. *Academy of management review*, 25(1), 178-199. <https://doi.org/10.5465/amr.2000.2791609>
- [12] Bakker, A. B., Schaufeli, W. B., Leiter, M. P., & Taris, T. W. (2008). Work engagement: An emerging concept in occupational health psychology. *Work & Stress*. <https://doi.org/10.1080/02678370802393649>

- [13] Sonnentag, S. (2003). Recovery, work engagement, and proactive behavior: A new look at the interface between nonwork and work. *Journal of Applied Psychology*, 88, 518–528. doi:10.1037/0021-9010.88.3.518
- [14] Beck, J. W., & Shen, W. (2019). The effects of US presidential elections on work engagement and job performance. *Applied Psychology*, 68(3), 547-576.
- [15] Saragih, C., & Pohan, V. G. R. (2018). HUBUNGAN ANTARA SUPERVISORY COACHING BEHAVIOUR DENGAN WORK ENGAGEMENT PADA SALESPERSON: THE RELATIONSHIP BETWEEN THE SUPERVISORY COACHING BEHAVIOUR WITH WORK ENGAGEMENT ON SALESPERSON. *Psikologia: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Psikologi*, 13(2), 87-100. <https://doi.org/10.32734/psikologia.v13i2.2270>
- [16] Scarpello, V., & Campbell, J. P. (1983). Job satisfaction: Are all the parts there? *Personnel Psychology*, 36, 577–600. doi:10.1111/j.1744-6570.1983.tb02236.x
- [17] Watson, D., Clark, L. A., & Tellegen, A. (1988). Development and validation of brief measures of positive and negative affect: the PANAS scales. *Journal of personality and social psychology*, 54(6), 1063. DOI:10.1037/0022-3514.54.6.1063
- [18] Cantor, D., Comber, M., & Uzzell, D. L. (1989). *Football in its place*. London, UK: *Routledge*.
- [19] Baumeister, R. F., Bratslavsky, E., Finkenauer, C., & Vohs, K. D. (2001). Bad is stronger than good. *Review of General Psychology*, 5, 323–370. doi:10.1037/1089-2680.5.4.323
- [20] Najla, Elvira Ayu, Prakoso, Hendro (2022). Pengaruh Job Crafting Terhadap Work Engagement Pada Karyawan Bagian Sales Bank X. *Jurnal Riset Psikologi* 2(1). 53-60.