

HUBUNGAN ANTARA KONSEP DIRI DAN KEPERCAYAAN DIRI PADA SALES PROMOTION PT. NUTRIFOOD INDONESIA

Disusun oleh :

KUMALA SARI

Fakultas Psikologi Universitas 17 Agustus 1945 Samarinda

Intisari

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang signifikan antara Konsep diri dan Kepercayaan diri pada Sales Promtion, Sehingga terdapat 2 hubungan yang akan diselidiki dalam penelitian ini, yaitu : 1) Konsep diri; 2) Kepercayaan diri. Penelitian dilakukan kepada Sales Promotion PT. Nutrifood Indonesia dengan jumlah subjek penelitian sebanyak 200 orang yang terdiri dari 160 orang perempuan dan 40 orang laki-laki. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tidak ada hubungan antara konsep diri dan kepercayaan diri, yang di tunjukan dari analisis korelasi product moment yaitu $r = 0,537$ ($p < 0,05$).

Kata Kunci : Konsep diri, Kepercayaan diri

Abstract

This study aims to determine whether there is a significant relationship between self concept and self confidence of sales promotion so that there are two relationships that will be investigated in this study, namely: 1)self -concept, 2) self confidence. The study was conducted to sales promotion PT. Nutrifood Indonesia by the number of research subjects as many as 200 people with the number of subjects of much this study 200 people which concists 160 women and 40 men. It can be concluded that there is no relationship between self concept and self confidance, which is on the point of the analysis is the product moment correlation $r = 0,537(p < 0,05)$.

Key Words: Self concept, Self confidence

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sales Promotion merupakan ujung tombak perusahaan untuk memperkenalkan produk atau jasa yang ditawarkan kepada masyarakat atau pelanggan potensial. *Sales Promotion* diibaratkan sebagai ujung tombak karena memang merekalah yang akan pertama kali melakukan kontak langsung dengan calon pelanggan. Apa yang diucapkan dan dilakukan oleh *Sales Promotion* sebagai *frontliner* saat menjelaskan manfaat produk sangat menentukan penilaian calon pelanggan terhadap produk atau jasa dan citra perusahaan. Kesesuaian antara produk yang dipromosikan dengan kualifikasi *sales promotion* memungkinkan akan meningkatkan daya tarik konsumen pada produk yang dipromosikan. Keberadaan karakter fisik seorang *sales promotion* tersebut, secara fungsional

dapat mengangkat citra produk, terutama produk konsumsi langsung. Banyaknya perusahaan - perusahaan yang berkembang saat ini dalam berbagai bidang industri di dunia seperti pembuatan barang-barang elektronik, pembuatan alat transportasi, pengolahan sumber daya alam, perusahaan media harian serta produk olahan pangan dan lain sebagainya yang semua itu diharapkan untuk karyawannya dapat mengembangkan kemampuan yang dimiliki masing-masing. Namun diantara perusahaan yang berkembang tersebut tentunya yang lebih diarahkan untuk mengembangkan kemampuan karyawan didalamnya ialah pada perusahaan pemasaran produk olahan pangan.

Rogers berpendapat bahwa persyaratan terpenting bagi aktualisasi diri adalah konsep diri yang luas dan fleksibel, sesuatu yang

memungkinkan kita untuk menyerap secara luas seluruh pengalaman dan mengekspresikan diri kita secara penuh. Konsep diri sebagian besar merupakan hasil pengalaman kita pada waktu kecil, terutama pengalaman bersama orang tua kita sendiri (Desmita, 2009:46). Konsep diri adalah sebagai keseluruhan (totalitas) dari pemahaman yang dimiliki seseorang terhadap dirinya, sikap tentang dirinya, dan keseluruhan gambaran diri.

Konsep diri sangat berarti bagi individu sehingga akan membuat individu tersebut mempunyai dorongan untuk mengembangkan prestasinya dalam suatu pekerjaan karena konsep diri merupakan adanya sikap yakin akan kemampuan diri, individu yang percaya akan kemampuan diri maka keinginan untuk meraih dan mewujudkan cita-citanya akan tinggi. Dengan adanya

keinginan untuk meraih dan mewujudkan cita-cita inilah maka kebutuhan untuk berprestasi akan dimiliki setiap individu. Namun untuk mencapai konsep diri pada karyawan tidaklah mudah karena, tentunya terdapat faktor penghambat seperti dari dalam diri yaitu ketidaktahuan akan potensi diri serta perasaan ragu, tidak kompeten, memandang bahwa dirinya lemah dan takut mengungkapkan potensi diri, sehingga potensinya tidak dapat terus berkembang serta faktor dari luar diri seperti budaya masyarakat yang tidak mendukung potensi diri seseorang karena perbedaan karakter, faktor lingkungan dan budaya pola asuh yang di tanamkan dalam keluarga.

Seseorang mempunyai kebutuhan untuk kebebasan berfikir, bertindak dan berperasaan sehingga seseorang yang mempunyai kebebasan berfikir, bertindak dan berperasaan akan

tumbuh menjadi manusia dengan rasa percaya diri. Salah satu langkah pertama dan utama dalam membangun rasa percaya diri dengan memahami dan meyakini bahwa setiap manusia memiliki kelebihan dan kelemahan masing-masing. Kelebihan yang ada didalam diri seseorang harus dikembangkan dan dimanfaatkan agar menjadi produktif dan berguna bagi diri sendiri dan orang lain. Percaya diri merupakan modal untuk pengembangan konsep diri, dengan percaya diri orang akan mampu mengenal dan memahami diri sendiri. Apabila kurangnya rasa percaya diri akan menghambat pengembangan potensi diri, karena ia menjadi seseorang yang pesimis dalam menghadapi tantangan, takut dan ragu dalam menyampaikan gagasan, serta bimbang dalam menentukan pilihan dan sering

memanding-bandingkan dirinya dengan orang lain. Kepercayaan diri akan memberikan semangat yang luar biasa dalam melakukan tindakan apapun terutama saat bekerja karena kepercayaan diri adalah sebuah hal positif yang akan membawa seseorang lebih optimis dan yakin dalam menjalani kehidupan dan merupakan modal awal yang menentukan keberhasilan dalam pencapaian hidup.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “ Apakah ada hubungan antara konsep diri dan kepercayaan diri pada *Sales Promotion* pada PT. Nutrifood Indonesia”?

C. Keaslian Penelitian

Sebatas pengetahuan peneliti belum ada ditemukan penelitian yang membahas antara konsep diri dan

kepercayaan diri walaupun sama, akan tetapi terdapat perbedaan yang berbeda dari segi tehnik metodologi penelitian dalam menentukan populasi serta belum ada penelitian yang membahas hal yang serupa dengan tempat penelitian yang sama yang peneliti ingin teliti.

D. Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi :

1. Perusahaan
2. Karyawan
3. Peneliti Selanjutnya

E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji secara empiris hubungan antara konsep diri dan kepercayaan diri pada *Sales Promotion* PT. Nutrifood Indonesia.

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kepercayaan Diri

Menurut Lauster (1992, dalam Ghuftron & Risnawita, 2012:34) mendefinisikan kepercayaan diri diperoleh dari pengalaman hidup. Kepercayaan diri merupakan salah satu aspek kepribadian yang berupa keyakinan akan kemampuan diri seseorang sehingga tidak terpengaruh oleh orang lain dan dapat bertindak sesuai kehendak, gembira, optimis, cukup toleran, dan bertanggung jawab.

Menurut Kumara (1988, dalam Ghuftron & Risnawita, 2012:34) menyatakan bahwa kepercayaan diri merupakan ciri kepribadian yang mengandung arti keyakinan terhadap kemampuan diri sendiri. Hal ini senada dengan pendapat Afiatin dan Andayani (1998, dalam Ghuftron & Risnawita, 2012:34) yang

menyatakan bahwa kepercayaan diri merupakan aspek kepribadian yang berisi keyakinan tentang kekuatan, kemampuan, dan keterampilan yang dimilikinya.

Menurut Branden (dalam Hamdan, 2009:7) mengemukakan bahwa kepercayaan diri adalah keyakinan seseorang pada kemampuan yang ada dalam dirinya. Sedangkan menurut Bandura (dalam, Hamdan, 2009:7) kepercayaan diri adalah suatu perasaan yang berisi kekuatan, kemampuan, dan keterampilan untuk melakukan atau menghasilkan sesuatu yang dilandasi keyakinan untuk sukses.

Berdasarkan uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa percaya diri adalah penilaian positif terhadap diri sendiri mengenai kemampuan yang ada dalam dirinya untuk menghadapi berbagai situasi dan

tantangan serta kemampuan mental untuk mengurangi pengaruh negatif dari keragu-raguan yang mendorong individu untuk meraih keberhasilan atau kesuksesan tanpa tergantung kepada pihak lain dan bertanggung jawab atas keputusan yang telah ditetapkannya.

Ciri- ciri orang yang percaya diri

Menurut Mastuti (2008:13). Ada beberapa ciri atau karakteristik individu yang mempunyai rasa percaya diri yang proporsional, di antaranya adalah :

- a. Percaya akan kompetensi atau kemampuan diri, hingga tidak membutuhkan pujian, pengakuan, penerimaan, ataupun hormat orang lain.
- b. Tidak terdorong untuk menunjukkan sikap konformis demi diterima oleh orang lain atau kelompok.

- c. Berani menerima dan menghadapi penolakan orang lain, berani menjadi diri sendiri.
- d. Punya pengendalian diri yang baik (tidak moody dan emosinya stabil).
- e. Memiliki *internal locus of control* (memandang keberhasilan atau kegagalan, bergantung pada usaha sendiri dan tidak mudah menyerah pada nasib atau keadaan serta tidak bergantung atau mengharapkan bantuan dari orang lain).
- f. Mempunyai cara pandang yang positif terhadap diri sendiri, orang lain, dan situasi diluar dirinya.
- g. Memiliki harapan yang realistik terhadap diri sendiri, sehingga ketika harapan itu tidak terwujud, ia tetap mampu melihat sisi positif dirinya dan situasi yang terjadi

Faktor - faktor yang mempengaruhi kepercayaan diri

Kepercayaan diri dipengaruhi oleh beberapa faktor. Berikut adalah faktor-faktor tersebut (Ghufron & Risnawita, 2012:37-38) :

1. Konsep diri

Menurut Anthony (1992 dalam, Ghufron & Risnawita, 2012) terbentuknya kepercayaan diri pada diri seseorang diawali dengan perkembangan konsep diri yang diperoleh dalam pergaulannya dalam suatu kelompok. Hasil interaksi yang terjadi akan menghasilkan konsep ini.

2. Harga Diri

Konsep diri yang positif akan membentuk harga diri yang positif pula. Harga diri adalah penilaian yang dilakukan terhadap diri sendiri. Santoso (Ghufron & Risnawati, 2012:37) berpendapat bahwa tingkat harga diri

seseorang akan mempengaruhi tingkat kepercayaan diri seseorang.

3. Pengalaman

Pengalaman dapat menjadi faktor munculnya rasa percaya diri. Sebaliknya, pengalaman juga dapat menjadi faktor menurunnya rasa percaya diri seseorang. Anthony (1992 dalam, Ghufon & Risnawita, 2012) mengemukakan bahwa pengalaman masa lalu adalah hal terpenting untuk mengembangkan kepribadian tersebut.

B. Konsep Diri

Menurut Hurlock (1979 dalam Ghufon & Risnawita, 2012:13) mengatakan bahwa konsep diri merupakan gambaran seseorang mengenai diri sendiri yang merupakan gabungan dari keyakinan fisik, psikologis, sosial, emosional aspiratif, dan prestasi yang mereka capai. Burn (1993 dalam, Ghufon &

4. Pendidikan

Tingkat pendidikan seseorang akan berpengaruh terhadap tingkat kepercayaan diri seseorang. Tingkat pendidikan yang rendah akan menjadikan orang tersebut tergantung dan berada dibawah kekuasaan orang lain yang lebih pandai darinya. Sebaliknya, orang yang mempunyai pendidikan tinggi akan memiliki tingkat kepercayaan diri yang lebih dibandingkan yang berpendidikan rendah.

Risnawita, 2012:13) mendefinisikan konsep diri sebagai kesan terhadap diri sendiri secara keseluruhan yang mencakup pendapatnya terhadap diri sendiri, pendapat tentang gambaran diri dimata orang lain dan pendapatnya tentang hal-hal yang yang dicapai. Konsep diri adalah apa yang dipikirkan dan dirasakan tentang dirinya sendiri. Atwater

(1987 dalam Desmita, 2009:163-164) menyebutkan bahwa konsep diri adalah keseluruhan gambaran diri yang meliputi persepsi seseorang tentang diri, perasaan, keyakinan, dan nilai – nilai yang berhubungan dengan dirinya.

Brooks dan Emmert (dalam Sukmawati, dkk, 2012:7) menjelaskan lima ciri-ciri individu yang memiliki konsep diri yang positif dan negatif. Individu dengan konsep diri yang positif ialah, pertama, merasa yakin akan kemampuannya. Kedua, merasa setara dengan orang lain. Ketiga, menerima pujian tanpa rasa malu. Keempat, menyadari bahwa setiap orang mempunyai perasaan, keinginan, dan perilaku yang tidak seluruhnya disetujui oleh masyarakat. Kelima, mampu memperbaiki diri karena sanggup

mengungkapkan aspek-aspek kepribadian yang tidak disenangi dan berusaha mengubahnya. Sedangkan ciri – ciri individu dengan konsep diri negatif adalah peka terhadap kritik, responsive terhadap pujian, tidak pandai dan tidak sanggup dalam mengungkapkan penghargaan atau pengakuan pada orang lain atau hiperkritis, merasa tidak disenangi oleh orang lain dan bersikap pesimistis terhadap kompetisi seperti terungkap dalam keengganan untuk bersaing dengan orang lain dalam membuat prestasi. Pemahaman mengenai konsep diri ini diperlukan agar individu tersebut mampu mengembangkan potensi yang ada pada dirinya.

C. Hubungan antara konsep diri dan kepercayaan diri pada *Sales Promotion*

Kepercayaan diri akan memberikan semangat yang luar biasa dalam melakukan tindakan apapun terutama saat bekerja karena kepercayaan diri adalah sebuah hal positif yang akan membawa seseorang lebih optimis dan yakin dalam menjalani kehidupan dan merupakan modal awal yang menentukan keberhasilan dalam pencapaian hidup. Seseorang yang percaya diri akan merasa sanggup dan berfikir positif dalam menghadapi tantangan tanpa ada rasa ragu dalam hati akan ketidakmampuannya karena ia akan selalu berfikir secara objektif tentang diri dan kemampuannya bukannya merendahkan atau menyepelkan dirinya sendiri.

Dengan rasa percaya diri yang tinggi, seorang individu akan menjadi lebih tenang, tekun, tidak

mudah patah semangat, terus berusaha mengembangkan strategi, potensi dan membuka berbagai peluang bagi dirinya. Akibatnya, hal ini akan menjadi lebih memberikan kesempatan pada dirinya sendiri untuk lebih berkembang dalam mengelola seluruh potensi yang ada dalam diri.

D. Kerangka Konseptual

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan dua variabel yaitu variabel bebas

(Variabel X) dan variabel tergantung (Variabel Y).

- Variabel bebas (Variabel X) adalah konsep diri
- Variabel tergantung (Variabel Y) adalah kepercayaan diri

E. Hipotesis

Berdasarkan tinjauan pustaka dan permasalahan yang ada, maka dalam penelitian “Hubungan antara konsep

diri dan kepercayaan diri pada Sales Promotion PT. Nutrifood Indonesia “ ,dapat ditarik hipotesa yaitu Terdapat hubungan yang positif antara konsep diri dan kepercayaan diri pada Sales Promotion. Jadi, semakin tinggi konsep diri maka akan semakin tinggi kepercayaan diri pada *Sales Promotion* PT. Nutrifood Indonesia

METODELOGI PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif, hasil data yang diperoleh berupa jawaban dari skala psikologi yang akan diungkap dalam bentuk skor angka data kuantitatif yang selanjutnya diolah dan diuji dengan teknik analisis perhitungan statistika.

Individu yang menjadi subjek dalam penelitian adalah 200 orang karyawan PT. Nutrifood Indonesia yang di ambil secara acak.

Berdasarkan jenis kelamin, data yang didapat bahwa rata-rata karyawan PT. Nutrifood Indonesia yang menjadi sampel adalah berjenis kelamin perempuan. Perbandingannya adalah dengan persentase sekitar 80% perempuan dan 20% laki-laki.

Pada penelitian ini tehnik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan angket atau kuesioner. Pengumpulan data yang digunakan untuk mengukur kepercayaan diri disusun berdasarkan karakteristik kepercayaan diri yang dikemukakan oleh Lauster (1992 dalam Ghufroon & Risnawati, 2012:35) orang yang memiliki kepercayaan diri yang positif adalah mereka yang memiliki keyakinan kemampuan diri, optimis, bertanggung jawab dan rasional, realitas. Sedangkan pengumpulan data yang digunakan untuk

mengukur konsep diri yang dikemukakan oleh Hurlock (1979 dalam, Ghufron & Risnawita, 2012) mengatakan bahwa konsep diri merupakan gambaran seseorang mengenai diri sendiri yang merupakan gabungan dari keyakinan fisik, psikologis, sosial, emosional aspiratif, dan prestasi yang mereka capai.

Uji validitas dalam penelitian ini adalah dengan mengkolerasikan skor setiap aitem dengan total aitem (metode aitem total *correlation*), dengan menggunakan korelasi product moment dari pearson (Azwar,2010). Sedangkan untuk menguji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan analisis *Cronbach's Alpha* (Azwar, 2010).

Teknik analisis korelasi yaitu untuk mengetahui hubungan antara konsep diri sebagai variabel

Independent (X) dan kepercayaan diri sebagai variabel *Dependent* (Y).

Perhitungan statistik dilakukan dengan bantuan program SPSS (*Statistical Packade for Social Science*) 16 for Windows.

HASIL PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan dengan mempersiapkan alat ukur meliputi penyusunan skala konsep diri dan skala kepercayaan diri. Pada skala konsep diri dipersiapkan 40 item pernyataan, yang terdiri dari 20 item favorable dan 20 item unfavorable. Sedangkan skala kepercayaan diri dipersiapkan 52 aitem pernyataan, yang terdiri dari 26 item favorable dan 26 item unfavorable. Kemudian dilakukan pengambilan data yaitu pada hari senin, 04 November 2013 di PT. Nutrifood Indonesia. Peneliti memberikan kuesioner kepada 200

subjek penelitian untuk pengambilan data.

Uji Validitas dan Reliabilitas Skala

Pada skala konsep diri yang disusun menggunakan skala likert, dari 40 item yang digunakan, didapatkan 28 yang memenuhi indeks daya diskriminasi item dan 12 item dinyatakan gugur. Besar nilai *corrected item total correlation* antara 0,439 - 0,527. Sedangkan pada uji reliabilitas yang dilakukan diperoleh nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,764. Sedangkan skala kepercayaan diri yang disusun menggunakan skala likert, dari 52 item yang digunakan, didapatkan 37 yang memenuhi indeks daya diskriminasi item dan 15 item dinyatakan gugur. Besar nilai *corrected item total correlation* antara 0,305 - 0,312. Sedangkan hasil uji reliabilitas yang dilakukan

diperoleh nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,740. Pengujian validitas dan reliabilitas ini dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS (*Statistical Packade for Social Science*) 16 for Windows.

Uji Normalitas

Uji asumsi normalitas menggunakan teknik *statistic non parametric one sample Kolmogrov-Smirnov*. Hasil uji normalitas sebaran terhadap variabel konsep diri menghasilkan nilai $Z = 0,165$ dan $p = 0,000$ ($p < 0,05$). Hasil uji berdasarkan kaidah menunjukkan sebaran butir-butir konsep diri adalah tidak normal. Selain itu, hasil uji asumsi normalitas sebaran terhadap variabel kepercayaan diri menghasilkan nilai $Z = 0,060$ dan $p = 0,080$ ($p > 0,05$). Hasil uji berdasarkan kaidah menunjukkan

sebaran butir-butir kepercayaan diri adalah normal.

Uji Linearitas dan Uji Hipotesis

Hasil uji asumsi linieritas antara konsep diri dan kepercayaan diri mempunyai nilai deviant from linearity $F= 1.333$ dan $p= 0.111 > 0.05$ yang berarti hubungannya dinyatakan linier. Sedangkan untuk uji hipotesis berdasarkan dari hasil analisis korelasi sederhana (r) didapat korelasi antara konsep diri dengan kepercayaan diri pada *Sales Promotion* PT. Nutrifood Indonesia (R) adalah $-0,04$. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada hubungan antara konsep diri dengan kepercayaan diri pada *Sales Promotion* PT. Nutrifood Indonesia, ini berarti bahwa hipotesis yang mengarah ada hubungan positif antara konsep diri dengan kepercayaan diri pada PT. Nutrifood

Indonesia tidak terbukti dilihat dari hasil analisis didapat nilai $t = -0,04$ dan nilai $p = 0,537$ ($p > 0,05$).

Pembahasan

Hasil dari hubungan konsep diri dan kepercayaan diri dikategorikan tinggi dan sedang, akhirnya hasil akhir yang didapat menjadi tidak signifikan. Seperti yang dilihat dari hasil analisis didapat nilai $t = - 0,04$ dan nilai $p = 0,537$ ($p > 0.05$). Pada kepercayaan diri diperoleh hasil mean $110,02$ dengan standar deviasi $9,741$ sedangkan pada konsep diri diperoleh hasil mean lebih rendah yaitu $92,28$ dengan standar deviasi $7,592$. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa tidak ada hubungan antara konsep diri dan kepercayaan diri pada *Sales Promotion* PT. Nutrifood Indonesia. Terdapat banyak faktor yang menjadikan kedua variabel tersebut

tidak dapat saling berhubungan salah satu faktornya adalah variabel menurut jenis kelamin, umur, pendidikan, masa kerja dan status karyawan semua variabel tersebut yang bisa membuat kedua variabel tidak dapat saling berhubungan.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan bahwa terdapat nilai Signifikansi ($0,537 < 0,05$) maka H_0 diterima, artinya bahwa tidak ada hubungan secara signifikan antara konsep diri dengan kepercayaan diri pada *Sales Promotion* PT. Nutrifood Indonesia. Karena koefisien korelasi nilai yang negatif, maka berarti konsep diri berhubungan negatif dan tidak signifikan terhadap kepercayaan diri pada *Sales Promotion* PT. Nutrifood Indonesia. Jadi dapat disimpulkan bahwa hubungan antara konsep diri dan

kepercayaan diri pada *Sales Promotion* PT. Nutrifood Indonesia tidak terbukti.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka peneliti menyarankan beberapa hal sebagai berikut :

1. Bagi Karyawan

Melalui penelitian ini diharapkan dapat membuat karyawan untuk lebih meningkatkan rasa kepercayaan diri mereka, misalnya dengan cara selalu optimis dengan apa yang dilakukan, yakin dengan kemampuan diri sendiri, bertanggung jawab, rasional dan realitas, karena kepercayaan diri sangat penting dalam kehidupan sehari-hari. karena sebagai seorang *Sales promotion* yang tentunya diuntut untuk selalu bersikap

percaya dan yakin dengan apa yang dikerjakan dan dilakukan.

2. Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi perusahaan untuk dapat lebih mengembangkan dan meningkatkan rasa kepercayaan diri karyawan dengan menyediakan dan memberikan pelatihan-pelatihan, misalnya bagaimana cara meningkatkan rasa kepercayaan diri, cara bersikap kepada konsumen, cara menawarkan produk, cara memahami keinginan dan kebutuhan konsumen, yang lebih maksimal agar membantu mereka untuk mengembangkan potensi yang ada dalam diri mereka masing-masing.

3. Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat mengendalikan variabel lain yang kemungkinan besar mempengaruhi signifikansi terhadap hubungan konsep diri dan kepercayaan diri misalnya, variabel menurut jenis kelamin, tingkat pendidikan, umur, masa kerja, dan menurut status karyawan, agar hasilnya dapat digeneralisasikan secara luas serta dapat menambahkan variabel yang lain yang dapat diukur di tempat tersebut sehingga hasilnya nanti dapat diketahui apakah kepercayaan diri dapat diukur dengan variabel lainnya, contohnya konsep diri dengan penyesuaian diri atau kepercayaan diri dan harga diri dan sebagainya

DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, Saifuddin. (2010). *Penyusunan skala psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset.
- Desmita. (2009). *Psikologi perkembangan peserta didik*. Bandung: ROSDA.
- Ghufron, M, N dan Risnawita, R. (2012). *Teori-teori psikologi*. Jogjakarta: AR-Ruz Media.
- Hamdan. (2009). Hubungan antara percaya diri dengan motivasi berprestasi pada siswa SMUN 1 Bekasi. *Jurnal Fakultas Psikologi*.
- Mastuti Sukmawati, Siswati dan Masykur Mujab Achmad. (2012). Konsep diri dengan konformitas terhadap kelompok teman sebaya pada aktivitas clubbing. *Jurnal Psikologi Udip*.
- Sukmawati, Siswati dan Masykur Mujab Achmad. (2012). Konsep diri dengan konformitas terhadap kelompok teman sebaya pada aktivitas clubbing. *Jurnal Psikologi Udip*.