

# **Studi Identifikasi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepercayaan Diri pada Sales Promotion Girls di PT. Mitra Production**

**Oleh:**

**Putri Damaiyani**

**11.860.0271**

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan diri pada *sales promotion girls* di PT.Mitra Production. Kepercayaan diri merupakan sikap pada diri seseorang yang dapat menerima kenyataan,dapat mengembangkan kesadaran diri,berfikir positif,memiliki kemandirian dan mempunyai kemampuan untuk memiliki serta mencapai segala sesuatu yang diinginkan, Anthony (1992). Faktor-faktor kepercayaan diri yang dimaksud dalam penelitian ini yakni: konsep diri,harga diri,kondisi fisik,lingkungan,pendidikan,pengalaman hidup,jenis pekerjaan,dan ekonomi keluarga, Sarastika(2014). Adapun jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 45 orang. Sampel yang digunakan adalah remaja yang berusia 18-25 tahun. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah *total sampling*. Alat pengumpulan data yang digunakan adalah skala *likert* yang terdiri dari 51 item valid ( $\alpha = 0.969$ ). Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif yang menggunakan tabel dan grafis serta proses pembuatan norma yang menggunakan *Empirical Rules* dengan dasar mean dan SD (standard deviasi). Berdasarkan analisis dengan menggunakan rumus F%, diketahui bahwa faktor harga diri dan kondisi fisik memiliki hasil persentase (17,8%) yang menempati urutan teratas sebagai faktor yang paling dominan mempengaruhi kepercayaan diri pada *Sales Promotion Girls*, diurutkan selanjutnya adalah faktor konsep diri dan pengalaman hidup dengan hasil persentase (13,3%), dan faktor lainnya seperti jenis pekerjaan dan lingkungan (11,1%), faktor pendidikan dan ekonomi keluarga (6,7%). Dari hasil F% diatas menunjukkan bahwa faktor kepercayaan diri memiliki pengaruh terhadap kepercayaan diri pada *sales promotion girls*.

**Kata Kunci : Kepercayaan Diri**

## **Study of Identification of Factors Affecting Self Confidence in Sales Promotion Girls at PT. Partners Production**

**By:**

**Putri Damaiyani**

**11.860.0271**

### **ABSTRACT**

This study aims to determine the description of factors that affect confidence in sales promotion girls in PT.Mitra Production. Confidence is an attitude in a person who can accept reality, can develop self-awareness, positive thinking, have independence and have the ability to have and achieve everything desired, Anthony (1992). The confidence factors referred to in this study are: self-concept, self-esteem, physical condition, environment, education, life experience, type of work, and family economy, Sarastika (2014). The number of samples in this study amounted to 45 people. The sample used is adolescents aged 18-25 years. The technique used in sampling is total sampling. The data collection tool used is Likert scale consisting of 51 valid items ( $\alpha = 0.969$ ). Data analysis used is descriptive analysis using tables and graphics and the process of making norms that use Empirical Rules with the basic mean and SD (standard deviation). Based on the analysis using the formula F%, it is known that the factor of self-esteem and physical condition has the result percentage (17.8%) which ranks the top as the most dominant factor affect confidence in Sales Promotion Girls, next diurutkan is self concept factor and experience living with the percentage (13.3%), and other factors such as type of work and environment (11.1%), education factor and family economy (6.7%). From the results of F% above shows that the confidence factor has an influence on confidence in sales promotion girls.

**Keywords: Self Confidence**