

SKRIPSI
**PENGARUH SOCIAL MEDIA USAGE, PERCEIVED TASK INTERDEPENDENCE,
PARTICIPATIVE LEADERSHIP TERHADAP EMPLOYEE CREATIVITY
MELALUI WORK ENGAGEMENT DI PT FITNESS FIRST**



DIAJUKAN OLEH:

NAMA : ARIEL LUCIANO

NIM : 115200291

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI**

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

JAKARTA

2023

SKRIPSI

**PENGARUH SOCIAL MEDIA USAGE, PERCEIVED TASK INTERDEPENDENCE,
PARTICIPATIVE LEADERSHIP TERHADAP EMPLOYEE CREATIVITY
MELALUI WORK ENGAGEMENT DI PT FITNESS FIRST**



DIAJUKAN OLEH:

NAMA : ARIEL LUCIANO

NIM : 115200291

UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT

GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

JAKARTA

2023

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Mahasiswa : Ariel Luciano
NPM (Nomor Pokok Mahasiswa) : 115200291
Program Studi : Bisnis Manajemen
Alamat : Pelangi Jingga D2s No 18, Kelapa Gading, Jakarta
Utara.
Telp: (021)4605335
HP: 081294399965

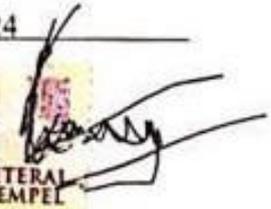
Dengan ini saya menyatakan, apabila dalam pembuatan skripsi ternyata saya:

1. Melakukan plagiat/ menyontek;
2. Mengutip tanpa menyebut sumbernya;
3. Menggunakan data fiktif atau memanipulasi data;
4. Melakukan riset perusahaan fiktif (hal ini Jurusan Akuntansi/Manajemen dapat konfirmasi langsung ke perusahaan terkait sesuai dengan surat risetnya).

Saya bersedia dikenakan sanksi berupa pembatalan skripsi dan diskors maksimal 2 (dua) semester. Kemudian apabila hal di atas terbukti setelah lulus ujian skripsi/komprehensif saya bersedia dinyatakan batal skripsi dan kelulusannya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Jakarta, 3 Januari 2024



Ariel Luciano

Catatan:

1. Asli dikembalikan ke jurusan Akuntansi/Manajemen dan difotocopy untuk mahasiswa yang bersangkutan.
2. Harap disertakan pada skripsi sebelum maupun setelah lulus ujian dan revisi.

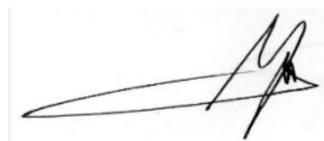
**UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA**

HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : Ariel Luciano
NIM : 115200291
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
KONSENTRASI : Sumber Daya Manusia
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Social Media usage, Perceived task interdependence, Participative leadership terhadap employee creativity melalui work engagement terhadap PT Fitness First

Jakarta, 13 Desember 2023

Pembimbing,



(YANUAR SE., M.M., Dr)

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA**

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : Ariel Luciano
NIM : 115200291
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
KONSENTRASI : Sumber Daya Manusia
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Social Media usage, Perceived task interdependence, Participative leadership terhadap employee creativity melalui work engagement terhadap PT Fitness First

Telah diuji pada Ujian Skripsi dan Komprehensif tanggal 2024 dan dinyatakan lulus, dengan tim penguji yang terdiri atas:

1. Ketua Penguji : -
2. Anggota Penguji : -
-

Jakarta, 2024

Pembimbing,

(YANUAR SE., M.M., Dr)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas kasih dan berkat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang berjudul “Pengaruh Social Media Usage, Perceived Task Interdependence, Participative Leadership Terhadap Employee creativity Melalui Work engagement Di Pt Fitness First” tepat pada waktunya. Judul ini dipilih atas dasar ketertarikan penulis dalam penelitian. Penulisan Penelitian Tugas Akhir ini merupakan saran penulis dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana 1 Ekonomi dan Bisnis di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanegara.

Peneliti menyadari bahwa selama proses pembelajaran dan perkuliahan hingga saat ini, yaitu saat penelitian dan penulisan Tugas Karya Akhir, banyak pihak-pihak yang telah membantu, membimbing, menyemangati, dan terus mendukung peneliti untuk tetap berusaha dan bersemangat dan giat dalam penyusunan tugas akhir ini, sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karna itu pada kesempatan kali ini, penulis ingin mengucapkan termakasih yang sebesar- besarnya kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan kasih yang dilimpahkan, sehingga peneliti dapat menyelesaikan Tugas Karya Akhir dengan baik dan dalam kondisi yang sehat.
2. Franky Slamet, SE,.MM selaku Ketua Program Studi Sarjana Manajemen, Fakultas Bisnis Manajemen, Universitas Tarumanegara.
3. Dr. Yanuar Arifin, SE,.MM. selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan memberikan energi positif kepada penulis selama penelitian Karya Akhir.
4. Kedua orangtua penulis, Setiaway Lodra dan Toto Surianto yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
5. Tasia Esterita, S.ked. kakak kandung peneliti yang telah memberikan dukungan, semangat dan masukan serta selalu menemani penulis selama penulis mengerjakan tugas akhir ini di rumah.
6. Karenina Lintong pasangan peneliti yang selalu meluangkan waktu, semangat dan dukungan serta selalu menemani penulis selama penulis mengerjakan tugas akhir ini.
7. Chika, Daniel, Janto, Julia, Lisa, James, Axel, Chandra, William, Jason I, Sun Yohana, Charles, Arthur, Denis, Jason, Vincent, Bryan, Xandra, Marvel, Abigail, Aldo, Tia, Yvonne, Marcel, Rebecca, Kevin, Hansen, Delvin, Malkhi, Flencia, Jason

T, Jocelyn, Andres, Jeremi, Ko Jevon, Ci Monic, Agam, Rom, dan Theo Teman – teman saya yang mendukung saya selama penelitian ini

Peneliti menyadari bahwa tugas karya akhir ini masih jauh dari kesempurnaan, maka dari itu kritik, saran, dan pendapat yang positif dan bersifat membangun sangat diharapkan oleh penulis. Penulis berharap semoga tugas akhir ini bermanfaat bagi pembacanya serta berguna dalam sebagai referensi atau sebagai informasi untuk dipelajari lebih lanjut.

Jakarta, 3 Januari 2024



Ariel Luciano

ABSTRAK
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

(A) Ariel Luciano 115200291

(B) Pengaruh Social Media Usage, Perceived Task Interdependence, Participative Leadership Terhadap Employee Creativity Melalui Work Engagement Di Pt Fitness First

(C) XIV + 80 Halaman, 24 Tabel, 5 Gambar, 5 Lampiran

(D) SUMBER DAYA MANUSIA

(E) Abstrak:

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara social media usage, perceived task interdependence dan , participative leadership terhadap employee creativity dengan work engagement sebagai variabel mediasi pada karyawan PT Fitness First. Penelitian ini merupakan penelitian yang bersifat deskriptif kuantitatif dengan jumlah total sampel sebanyak 125 orang. Teknik sampling yang digunakan merupakan teknik purposive sampling dengan karakteristik responden karyawan tetap di PT Fitness First. Penelitian menggunakan Metode Structural Equation Modeling (SEM) dengan bantuan program Smart PLS 4.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Sosial Media Usage dapat berpengaruh signifikan terhadap Work Engagement. Perceived task interdependence berpengaruh secara signifikan terhadap Employee Creativity dan Perceived task interdependence dapat berpengaruh signifikan terhadap Work Engagement. Partisipasi kepemimpinan dapat berpengaruh signifikan terhadap Work Engagement. Dan Work Engagement sebagai variabel mediasi dapat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Employee Creativity Hasil penelitian ini dapat menjadi pertimbangan bagi perusahaan untuk mengembangkan lagi beberapa aspek mengenai social media usage, perceived task interdependence, dan participative leadership untuk memaksimalkan employee creativity.

(F) Kata Kunci: *Social Media Usage, Perceived Task Interdependence, Participative Leadership, Work Engagement, Employee Creativity*

(G) 2017 – 2023

(H) YANUAR SE., M.M., Dr

ABSTRAK
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
JAKARTA

(A) Ariel Luciano 115200291

(B) The Influence of Social Media Usage, Perceived Task Interdependence, Participative Leadership on Employee Creativity Through Work Engagement at PT Fitness First

(C) XIV + 80 Pages, 24 Table, 5 Picture, 5 Attachment

(D) HUMAN RESOURCE

(E) Abstrak:

This research aims to determine the influence of social media usage, perceived task interdependence and participative leadership on employee creativity with work engagement as a mediating variable in PT Fitness First employees. This research is quantitative descriptive research with a total sample of 125 people. The sampling technique used was a purposive sampling technique with the characteristics of permanent employee respondents at PT Fitness First. The research used the Structural Equation Modeling (SEM) method with the help of the Smart PLS 4.0 program. The research results show that Social Media Usage can have a significant effect on Work Engagement. Perceived task interdependence has a significant influence on Employee Creativity and Perceived task interdependence can have a significant influence on Work Engagement. Leadership participation can have a significant effect on Work Engagement. And Work Engagement as a mediating variable can have a positive and significant effect on Employee Creativity. The results of this research can be a consideration for companies to further develop several aspects regarding social media usage, perceived task interdependence, and participative leadership to maximize employee creativity.

(F) *Social Media Usage, Perceived Task Interdependence, Participative Leadership, Work Engagement, Employee Creativity*

(G) 2017 – 2023

(H) YANUAR SE., M.M., Dr

MOTTO HIDUP

"Kesuksesan tidak akan bertahan jika dicapai dengan jalan pintas."

- Unknown

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan untuk:

Papa dan Mama serta seluruh keluarga saya

Dan seluruh sahabat serta teman

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN	ii
HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRAK</i>	viii
MOTTO HIDUP.....	ix
HALAMAN PERSEMBAHAN	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi masalah	4
C. Batasan Masalah	4
D. Rumusan Masalah.....	4
E. Tujuan Penelitian	5
F. Manfaat Penelitian	5
BAB II LANDASAN TEORI.....	7
A. Gambaran Umum Teori	7
B. Definisi konseptual variable.....	12
C. Kaitan antara variabel – variabel.....	15
D. Penelitian Yang Relevan.....	19
E. KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS.....	40
F. HIPOTESIS.....	40
BAB III METODE PENELITIAN	44
A. Desain penelitian.....	44
B. Populasi, Teknik Pemilihan Sampel, dan Ukuran sampel.....	44
C. Operasionalisasi Variabel dan Instrumen.....	46

D. Analisis Validitas dan Reliabilitas	49
E. Pengujian Hipotesis.....	53
F. Analisis Data.....	53
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	58
A. Deskripsi Subjek Penelitian	58
B. Deskripsi Objek Penelitian.....	59
C. Hasil Analisa Data	65
D. Pembahasan.....	76
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	79
A. Kesimpulan	79
B. Keterbatasan dan Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN.....	84
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	108

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Yang Relevan.....	19
Tabel 3.1 Jumlah Sample	45
Tabel 3.2 Operasional Variable Penggunaan Sosial	46
Tabel 3.3 Operasional Variable Perceived Task Interdependence.....	46
Tabel 3.4 Operasional Variable Participative Leadership	47
Tabel 3.5 Operasional Variable Work Engagement	47
Table 3.6 Operasional Variable Employee Creativity	48
Table 3.7 Skala Likert.....	49
Table 4.1 Deskripsi Objek Penelitian Social Media Usage	60
Table 4.2 Deskripsi Objek Penelitian Perceived Task Interdepence	61
Table 4.3 Deskripsi Objek Penelitian Participative Leaadership.....	62
Table 4.4 Deskripsi Objek Penelitian Work Engagement	63
Table 4.5 Deskripsi Objek Penelitian Employee Creativity	64
Table 4.6 Outer Loading	65
Table 4.7 Cross Loading	66
Table 4.8 Average Variance Extracted	67
Table 4.9 Cronbach's Alpha	67
Table 4.10 Composite Reliability	68
Table 4.11 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R2).....	68
Table 4.12 Hasil Predective Relevance (Q2).....	69
Table 4.13 Hasil Pengujian Bootstrapping	70
Table 4.14 Hasil Uji Mediasi	71
Table 4.15 Hasil Uji Effect Size (f2)	72
Table 4.16 Kesimpulan Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian.....	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	40
Gambar 4.1 Diagram Jenis Kelamin Karyawan PT.Fitness First	58
Gambar 4.2 Diagram Usia Karyawan PT.Fitness First.....	58
Gambar 4.3 Diagram Asal Cabang Fitness First	59
Gambar 4.4 Path Coefficients	70

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	84
Lampiran 2. Hasil Koesinoner	89
Lampiran 3. Hasil Uji Outer Loadings.....	105
Lampiran 4. Construct Reliability and Validity	105
Lampiran 5. Validitas Diskriminan	105
Lampiran 6. Hasil Uji R^2 -Square	106
Lampiran 7. Hasil Uji Q^2 -Square	106
Lampiran 8. Hasil Uji Bootstrapping <i>Path Coefficients</i>	106
Lampiran 9. Hasil Uji <i>Specific Indirect Effect</i>	107
Lampiran 10. Hasil Uji f^2	107
Lampiran 11. Bukti Foto Bersama Manager Fitness First yang membantu dalam penyebaran kuesioner.....	107

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Fitness adalah olahraga yang dapat dijangkau oleh sebagian besar umur yang bekisar antara 13- 70 tahun. Berikut adalah tabel usia penduduk Indonesia tahun 2020 dan perkiraan dalam 2050. Di dalam industri fitness bukan hanya berisi tentang latihan beban saja melainkan ada beberapa latihan dalam fitness yang dapat meningkatkan cardio, kelenturan, stamina dan lain lain. Salah satu faktor yang dapat menunjang keberhasilan industri fitness adalah sumber daya manusia yang berkualitas. Masih banyak sektor industri kebugaran yang menghadapi kesulitan dalam mempertahankan stafnya. Keberhasilan suatu organisasi dalam lingkungan perusahaan sangat tergantung pada tingkat employee creativity yang terlibat di dalamnya. Kehadiran karyawan yang kreatif menjadi faktor krusial bagi kelangsungan operasional perusahaan, dan tanpanya, kinerja perusahaan tidak akan optimal.

Akhir – akhir ini industry fitness sangat berkembang pesat di Indonesia, dikarenakan bisa dilihat dari setiap mall yang membuka minimal satu tempat fitness, banyak tempat fitness yang baru buka seperti salah satunya adalah paradigm dan banyak tempat fitness yang membuka cabang baru seperti fit hub dan FTL. Seiring berkembangnya social media ,bisa diihat akhir – akhir ini juga semakin banyak fitness influencer yang membuat konten untuk mengajak Masyarakat Indonesia jadi semakin aktif berolahraga baik influencer dari luar negeri maupun dalam negeri. Semenjak pandemi Covid-19 kesadaran masyarakat Indonesia tentang kebugaran jasmani lebih diperhatikan, meskipun hanya olahraga kecil yang dilakukan terutama olahraga yang melejit pada saat era post pandemic adalah fitness. Banyaknya tempat fitness yang full sampai begitu padat pada jam – jam tertentu , bahkan ruang fitness apartemen yang begitu full dikarenakan orang – orang yang berminat untuk fitness. Biasanya, masing – masing tempat fitness memiliki kualitas yang berbeda – beda , hal ini dapat diukur dari kelengkapan alat , jumlah kelas yang ada, metode Latihan yang ada, dan cara personal trainer melatih mereka. Banyak konsumen yang masih bingung dalam memilih tempat fitness, dikarenakan konsumen masih bingung perbedaan antara fitness satu dengan fitness yang lain. Hal ini sangat membutuhkan employee creativity sebagai jembatan antara konsumen dengan Perusahaan.

Employee creativity / employee creativity adalah suatu hal yang mengacu pada ide – ide baru yang berguna dan bermanfaat bagi karyawan Perusahaan. Employee creativity di tempat kerja merupakan salah satu pendorong utama organisasi untuk berinovasi (Amabile et al., 1996; Gong et al., 2013; Ramalingam et al., 2015; Liu et al., 2017). Employee creativity amat sangat dibutuhkan oleh Perusahaan untuk menjadi suatu inovasi baru bagi Perusahaan agar bisa berkembang. Employee creativity harus dimiliki oleh karyawan agar karyawan dapat bekerja lebih pintar dengan cara yang baru, berbeda, dan tidak monoton. Di zaman modern seperti ini, kreativitas menjadi salah satu cara untuk dapat menarik perhatian konsumen apapun medianya seperti social media, promo, dan lain – lain. Kreativitas adalah jembatan bagi Perusahaan dan konsumennya. Mengapa begitu ? Dikarenakan dengan adanya aspek kreativitas, suatu Perusahaan lebih bisa memecahkan masalah dengan cara yang menarik dan baru, serta kreativitas dapat menarik konsumen dengan caranya sendiri. employee creativity juga dapat menjadi faktor suatu perusahaan dapat berinovasi dan memiliki ciri khas dibanding perusahaan yang lain. Employee creativity dapat memberikan lingkungan kerja yang positif dikarenakan karyawan yang kreatif dapat memicu satu sama lain untuk berpikir kreatif dan dapat menciptakan lingkungan kerja yang kreatif.

Banyak faktor yang mempengaruhi employee creativity seperti aktivitas berbagi pengetahuan (Giustiniano et al., 2016) dan sosial jaringan (Andersen dan Kragh, 2015). Namun, penelitian dari Korzynski (2019) **tidak ada bukti signifikan bahwa hubungan antara kreativitas dan inovasi pribadi dimediasi oleh manajemen pengetahuan sosial online.** Yang berarti social media tidak berpengaruh terhadap kreativitas seorang karyawan, dan berdasarkan penelitian Chen (2020) **hasil penelitian kami menunjukkan bahwa interaksi kepemimpinan dan karakteristik tugas dalam konteks SMU tidak berpengaruh signifikan terhadap employee creativity,** yang berarti perceived task interdependence dan Participative leadership tidak mempengaruhi employee creativity, Social media usage akan berpengaruh pada employee creativity dengan cara menggunakan social media sebagai alternatif untuk mengeksplor. Perceived task interdependence dan Participative leadership akan berpengaruh kepada employee creativity sebagai sarana untuk berdiskusi antar karyawan. Untuk menutup gap tersebut akan menambahkan variabel mediasi yaitu work engagement, dan menurut penelitian Joo (2022) **Work engagement secara**

signifikan terkait dengan berbagi pengetahuan dan employee creativity. Hal ini menimbulkan optimism bagi peneliti bahwa Work engagement dapat menjadi jembatan mediasi antara variabel x dan y diantara Participative leadership dengan employee creativity, Social media usage dapat dihubungkan dengan employee creativity melalui work engagement, dan perceived task interdependence dengan employee creativity melalui work engagement. Work engagement yang di hasilkan dari Social media usage jelas dapat mempengaruhi kreativitas karyawan dengan cara Karyawan akan semakin konsisten bekerja di perusahaan tersebut dan menggunakan sosial media sebagai salah satu sumber terbesar untuk kreativitasnya, work engagement juga dapat dipengaruhi dari Participative leadership dengan cara pemimpin yang memberikan kesempatan bagi karyawan untuk berekspresi dalam memecahkan masalah sehingga mampu meningkatkan employee creativity. Dan work engagement yang dipengaruhi oleh perceived task interdependence dapat mempengaruhi employee creativity karena karyawan dapat bertukar pikiran dan dapat menciptakan komunikasi yang kreatif.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menemukan efek dari model teoritikal Social media usage, perceived task interdependence, serta Participative leadership dengan mediasi work engagement terhadap kinerja karyawan di Fitness First. Membuktikan bahwa ketiga variabel X tersebut dapat menjadi signifikan dengan variabel Y dengan adanya mediasi.

Model ini diuji untuk membantu Perusahaan Fitness first dalam meningkatkan employee creativity. (karena Perusahaan nya y nya turun dan referensi)

Salah satu organisasi yang menarik perhatian penulis adalah perusahaan fitness bernama Fitness First dimana perusahaan tersebut dapat membangun organisasi yang baik sehingga dapat memupuk rasa kekeluargaannya didalam organisasinya. Kesuksesan suatu organisasi sangat bergantung pada kualitas sumber daya manusia yang dimilikinya. Tanpa adanya karyawan yang mampu menjalankan tugasnya secara efektif, perusahaan tidak akan mampu beroperasi dengan optimal. Dikarenakan menurut penulis banyak sekali karyawan di fitness yang harus meningkatkan kreativitasnya dalam menjalankan tugas dan tanggung jawabnya. Penulis merasa hal ini perlu diteliti demi menemukan jurnal yang baik tentang kreativitas kerja di indsutri fitness. karyawan menjadi salah satu aspek yang menarik perhatian penulis dalam membuat penelitian ini. Model research gap penelitian ini akan digunakan dalam

penelitian ini untuk membantu fitness first dalam mempengaruhi employee creativitynya.

B. Identifikasi masalah

1. Apakah Social media usage dapat mempengaruhi employee creativity?
2. Apakah Perceived task interdependence dapat mempengaruhi employee creativity?
3. Apakah Participative leadership dapat mempengaruhi employee creativity?

C. Batasan Masalah

Agar tidak menyimpang dari masalah yang akan dibahas oleh karena itu ada batasan masalah yang akan dicantumkan yaitu

1. Luas lingkup pembahasan hanya pada perusahaan Fitness First
2. Data penelitian yang di sajikan murni dari Narasumber
3. Informasi yang disajikan merupakan kisah nyata dari karyawan narasumber yang merupakan karyawan Fitness First.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah dijabarkan serta telah dilakukan pembatasan agar penelitian yang dilakukan lebih terarah, maka penulis akan mengkaji masalah sebagai berikut:

1. Apakah Social Media Usage berpengaruh terhadap Employee Creativity di PT Fitness First?
2. Apakah Social Media Usage berpengaruh terhadap Work Engagement di PT Fitness First?
3. Apakah Perceived Task Interdependence berpengaruh terhadap Employee Creativity di PT Fitness First?
4. Apakah Perceived Task Interdependence berpengaruh terhadap Work Engagement di PT Fitness First?
5. Apakah Participative Leadership berpengaruh terhadap Employee Creativity di PT Fitness First?
6. Apakah Participative Leadership berpengaruh terhadap Work Engagement di PT Fitness First?
7. Apakah Work Engagement berpengaruh terhadap Employee Creativity di PT Fitness First?

E. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian tugas karya akhir ini adalah :

Penelitian ini bertujuan mengeksplorasi hubungan antara Social media usage, Perceived task interdependence dan pengaruh Participative leadership terhadap employee creativity di fitnessfirst. Dimana penelitian ini berpijak pada satu teori utama yaitu TRA (theory of reasoned action).

F. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian tugas karya akhir ini diharapkan memberi manfaat bagi para pembaca. Manfaat dari penelitian ini terbagi menjadi tiga, yaitu manfaat akademis, teoritis dan praktis,

1. Manfaat Akademis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan pemahaman yang mendalam mengenai Social media usage, perceived task interdependence , Participative leadership , work engagement, dan employee creativity cara Selain itu, diharapkan penelitian ini berguna membantu penelitian – penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Teoritis

Untuk memberikan pemahaman dan pengetahuan tentang fitness first dan cara mereka mengelola karyawannya demi memaksimalkan employee creativitynya dengan menyebarkan populasi sampling.

3. Manfaat Praktisi

Manfaat Praktisi merupakan guna dapat memecahkan masalah secara praktis, sehingga diharapkan hasil penelitian ini bisa dijadikan sebagai suatu evaluasi oleh:

a. Bagi Penulis

Tugas akhir Strategi keberhasilan mengatur sumber daya manusia pada fitness first diharapkan dapat mengasah kemampuan penulis dalam Strategi keberhasilan mengatur sumber daya manusia dalam suatu organisasi. Dan memberikan pengalaman baru terhadap penulis guna dalam mempraktekkan ilmu hasil pembelajaran selama penulis berada di Universitas Tarumanegara dan menjadi syarat kelulusan pada jenjang S1 Ekonomi bidang studi Bisnis Manajemen Universitas Tarumanegara.

b. Bagi Akademis

Tugas akhir Strategi keberhasilan mengatur sumber daya manusia pada fitness first diharapkan dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat dapat digunakan sebagai referensi dan bahan untuk penelitian selanjutnya. Serta bermanfaat bagi mahasiswa/i khususnya bagi mahasiswa/i Universitas Tarumanegara jurusan Bisnis Manajemen.

c. Bagi Perusahaan Fitness First

Dijadikan sebagai sumber informasi tambahan bagi fitness first dan perusahaan fitness lainnya dalam strategi mengelola karyawannya demi employee creativity yang maksimal dan lingkungan kerja yang efektif yang bermanfaat bagi semua karyawan dan berpengaruh bagi jalannya operasional fitness first berhubung ini adalah penelitian tentang fitness first dan Agar dapat menarik perhatian masyarakat luas.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Gambaran Umum Teori

Penelitian ini memanfaatkan landasan teori TRA, yaitu Theory of Reasoned Action, yang menggambarkan hubungan antara sikap dan perilaku dalam tindakan manusia. Teori ini dikembangkan oleh Icek Arzen dan Martin Fishbein pada tahun 1980. TRA menjelaskan bagaimana individu akan berperilaku berdasarkan sikap dan niat perilaku yang telah terbentuk sebelumnya. Niat perilaku hanyalah sebatas niat, sedangkan perilaku merujuk pada tindakan konkret yang dijalankan.

Beberapa elemen kunci dari teori TRA melibatkan

- Tindakan (Perilaku): TRA berusaha meramalkan dan menjelaskan hasrat seseorang untuk melakukan suatu tindakan tertentu. Teori ini mengamanatkan bahwa tindakan harus diuraikan secara tegas dalam empat aspek berikut: aksi, target, konteks, dan waktu. Menurut TRA, niat tindakan menjadi pendorong utama dari perilaku, sementara dua faktor kunci dalam membentuk niat tindakan adalah sikap dan norma individu. Dengan menganalisis sikap dan norma subjektif, peneliti dapat memperoleh pemahaman apakah seseorang akan melaksanakan tindakan yang dimaksud atau tidak.
- Sikap (Attitude): Menurut TRA, sikap merupakan salah satu faktor kunci dalam menentukan niat seseorang untuk melakukan suatu perilaku, mengacu pada perasaan individu terhadap perilaku tertentu. Sikap ini dipengaruhi oleh dua elemen: kekuatan keyakinan mengenai hasil dari perilaku yang dilakukan (apakah hasilnya mungkin atau tidak) dan evaluasi terhadap potensi hasil tersebut (positif atau negatif). Sikap terhadap suatu perilaku dapat bersifat positif, negatif, atau netral. Teori ini menyatakan bahwa terdapat hubungan langsung antara sikap dan hasil, sehingga jika seseorang yakin bahwa suatu perilaku akan menghasilkan dampak yang diinginkan atau menguntungkan, sikap positif terhadap perilaku tersebut lebih mungkin terbentuk. Sebaliknya, jika seseorang percaya bahwa suatu perilaku akan

menghasilkan dampak yang tidak diinginkan, sikap negatif terhadap perilaku tersebut lebih mungkin berkembang.

- Keyakinan Perilaku (Behavior Belief): Keyakinan perilaku memungkinkan kita memahami motivasi seseorang dalam melakukan perilaku, terkait dengan konsekuensi yang mungkin timbul. Konsep ini menyiratkan bahwa individu cenderung menghubungkan pelaksanaan suatu perilaku dengan serangkaian hasil atau fitur tertentu. Sebagai contoh, keyakinan perilaku dapat mencakup pandangan bahwa, dengan belajar selama satu bulan untuk tes SIM, seseorang akan lulus setelah kegagalan pertama, sedangkan tidak melakukan belajar sama sekali dapat dihubungkan dengan kegagalan.
- Evaluasi (Evaluation): Evaluasi hasil merujuk pada cara individu melihat dan menilai potensi hasil dari suatu perilaku. Evaluasi ini seringkali dinyatakan dalam kategori biner "baik-buruk." Sebagai contoh, seseorang dapat menilai hasil dari berhenti merokok sebagai positif jika keyakinan perilaku mengenai peningkatan pernapasan dan membersihkan paru-paru diperhitungkan, atau negatif jika keyakinan perilaku mengenai peningkatan berat badan setelah berhenti merokok menjadi faktor penilaian.
- Norma Subjektif (Subjective Norms): Norma subjektif juga merupakan faktor penentu utama dalam niat perilaku, merujuk pada bagaimana persepsi kelompok atau individu yang relevan (seperti keluarga, teman, dan rekan sebaya) dapat memengaruhi perilaku seseorang. Ajzen mendefinisikan norma subjektif sebagai "tekanan sosial yang dirasakan untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku." Menurut TRA, individu mengembangkan keyakinan normatif, yaitu keyakinan apakah perilaku tertentu diterima atau tidak. Keyakinan ini membentuk persepsi individu terhadap perilaku dan memengaruhi niat mereka untuk melaksanakan atau tidak melaksanakan perilaku tersebut.
- Niat Perilaku (Behavior Intention): Niat perilaku adalah hasil dari kedua faktor, yaitu sikap dan norma subjektif terhadap perilaku (juga dikenal sebagai komponen normatif). Sikap mencerminkan seberapa kuat seseorang memegang pendapat terhadap suatu tindakan, sementara norma subjektif mencerminkan norma sosial yang terkait dengan tindakan tersebut. Semakin kuat sikap dan semakin positif norma subjektif, semakin tinggi korelasi antara keduanya. Namun, dalam memprediksi perilaku, bobot sikap dan norma

subjektif tidak selalu setara. Pengaruh keduanya dapat bervariasi tergantung pada individu dan situasi, sehingga bobot yang terkait dengan masing-masing faktor ini dapat berubah. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa pengalaman langsung sebelumnya dengan suatu aktivitas dapat meningkatkan bobot pada komponen sikap, memengaruhi niat perilaku.

Pada prinsipnya, tujuan utama dari TRA adalah memahami perilaku sukarela individu dengan menginvestigasi motivasi dasar di balik suatu tindakan tertentu. TRA juga mengklaim bahwa niat individu untuk melakukan suatu perilaku merupakan indikator utama apakah mereka benar-benar akan melaksanakan tindakan tersebut. Selain itu, komponen normatif, yang mencakup norma sosial sekitar tindakan, juga turut berperan dalam menentukan apakah seseorang benar-benar akan menjalankan perilaku tersebut. Menurut teori ini, niat untuk melakukan suatu perilaku tertentu mendahului tindakan aktual. Niat ini, yang disebut sebagai niat perilaku, muncul sebagai hasil dari keyakinan bahwa pelaksanaan perilaku tersebut akan menghasilkan konsekuensi tertentu. Niat perilaku memegang peranan kunci dalam teori ini karena niat ini "dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku dan norma subjektif." Teori tindakan beralasan menunjukkan bahwa semakin kuat niat tersebut, semakin tinggi kemungkinan individu akan melaksanakan perilaku tersebut, meningkatkan probabilitas terjadinya tindakan. Teori ini juga menjelaskan faktor-faktor yang memicu dan menentukan motivasi seseorang untuk melakukan suatu tindakan.

Sosial media adalah platform digital yang digunakan berbagai macam orang untuk menuangkan hal – hal yang ingin dituangkan dan dibagikan kepada sesama pengguna melalui aplikasi sosial media. Social media usage berguna untuk mempromosikan penjualan promosi. Menurut TRA yang memiliki enam faktor :

1. Behavior : Karyawan menggunakan sosial media karena karyawan harus beradaptasi di era digital ini dan rata – rata dari orang sudah menggunakan sosial media sebagai salah satu sarana untuk menuangkan pikirannya dan dapat meningkatkan employee creativity.
2. Attitude : karyawan menggunakan sosial media karena karyawan melihat bahwa sosial media memiliki sikap yang positif yang dapat meningkatkan penjualan

Perusahaan, oleh karena itu karyawan secara tidak langsung dituntut agar menjadi lebih kreatif dalam menggunakan sosial media

3. Behavior belief : karyawan melihat bahwa dengan sosial media, karyawan dapat meningkatkan promosi maupun penjualan Perusahaan, oleh karena itu, karyawan mulai berpikir bagaimana cara menggunakan sosial media lebih kreatif.
4. Evaluasi : sosial media dijadikan sebagai sarana evaluasi oleh karyawan yaitu apakah penggunaan sarana promosi media cetak dapat positif di era digital ini? Dengan menggunakan sosial media , karyawan dapat meningkatkan kreativitasnya dengan cara belajar tentang sosial media serta fitur - fiturnya
5. Norma subyektif : karyawan menggunakan sosial media karena sesama pesaing Perusahaan menggunakan sarana sosial media untuk mempromosikan perusahaannya. Dengan begitu karyawan akan meningkatkan employee creativitynya dengan mengamati , tiru , dan modifikasi dari Perusahaan lain.
6. Behavior intention : karyawan memiliki intensi untuk menggunakan sosial media agar dapat mengamati cara Perusahaan lain mempromosikan perusahaannya , agar dapat menjadi referensi untuk meningkatkan employee creativity

Perceived task interdependence yaitu Sesama karyawan dapat saling bertukar pikiran dalam mengerjakan pekerjaan yang saling bersangkutan satu sama lain , dengan bertukar pikiran mereka dapat menemukan ide2 baru karena pekerjaan karyawan saling berkaitan.

1. Behavior : perceived task interdependence memberikan perilaku pada karyawan karena ada beberapa pekerjaan yang saling berkaitan sehingga sesama karyawan secara langsung dipertemukan untuk bekerja sama dan mereka dapat bertukar pikiran, sehingga dapat meningkatkan employee creativity.
2. Attitude : perceived task interdependence dilakukan karena perceived task interdependence dapat dinilai sebagai sarana untuk bertukar pikiran dan secara tidak langsung mereka dapat berdiskusi mengenai pekerjaannya dan dapat meningkatkan employee creativitynya
3. Behavior belief : karyawan melihat dengan perceived task interdependence, mereka dapat berdiskusi dengan rekan kerjanya baik atasan maupun bawahannya dapat

berdiskusi dan berbagi dari sudut pandang yang berbeda, sehingga pekerjaan dapat dikerjakan dengan lebih efektif dan dapat meningkatkan employee creativity.

4. Evaluasi : perceived task interdependence dapat mengevaluasi bersama pekerjaan yang salah, sehingga penyelesaian solusinya dapat lebih cepat ditemukan dan dapat meningkatkan employee creativity.
5. Norma subjektif : perceived task interdependence dapat membuat karyawan percaya bahwa perceived task interdependence dapat membuat pekerjaan diselesaikan lebih efektif karena diskusi dan beberapa masalah yang solusinya hanya dapat diselesaikan secara bersama dan oleh karena itu karyawan dituntut dapat meningkatkan kreativitasnya seiring melewati masalah yang ada.
6. Behavior intention : karyawan memiliki intensi untuk menggunakan perceived task interdependence sebagai metode untuk memecahkan masalah karena perceived task interdependence dapat berdiskusi dengan rekan kerja kita sehingga kita memiliki referensi tambahan dalam memecahkan masalah untuk meningkatkan employee creativity.

Participative leadership dalam perusahaan merupakan suatu variabel penting dimana pemimpin sangat berperan dalam merangkul karyawan – karyawannya, sehingga peran pemimpin sangat dibutuhkan

1. Behavior : Participative leadership memberikan perilaku kepada pemimpin karena pemimpin harus menyatukan karyawan – karyawannya dan dengan Participative leadership, karyawan turut andil dalam pengambilan keputusan dan secara tidak langsung dapat meningkatkan employee creativity.
2. Attitude : Participative leadership dilakukan karena Participative leadership dinilai sebagai sarana untuk memperoleh sinkronisasi antar karyawan dan pemimpin serta meningkatkan employee creativity karena karyawan diajak untuk berpikir dalam pengambilan keputusan.
3. Behavior belief : pemimpin melihat dengan metode Participative leadership, antara pemimpin dengan karyawan dapat mereka dapat berdiskusi dan dapat meningkatkan employee creativity secara tidak langsung karena karyawan ikut berpartisipasi dalam pengambilan keputusan

4. Evaluasi : Participative leadership dapat mengevaluasi kerja karyawan melalui pemimpin yang ikut berpartisipasi dalam hal mengevaluasi pekerjaan yang salah sehingga employee creativity dapat meningkat karena evaluasi dilakukan bersama.
5. Norma subjektif : Participative leadership dapat membuat pemimpin percaya bahwa Participative leadership dapat menyatukan karyawan secara positif karena ada bonding antara pemimpin dengan karyawan dan pemimpin dan karyawan dapat berdiskusi sehingga mereka dapat meningkatkan employee creativity
6. Behavior intention : Participative leadership membuat pemimpin memiliki intensi untuk menggunakan Participative leadership karena pemimpin dapat bonding dan berdiskusi dengan karyawan sehingga employee creativity dapat tercurahkan melalui ide – ide yang diberikan oleh pemimpin maupun karyawan yang berpartisipasi itu sendiri

Faktor mediasi akan ditambahkan dalam penelitian ini untuk menyempurnakan dan memastikan peningkatan signifikan pada variabel y

Hubungan teori ini dengan penelitian ini adalah bagaimana karyawan dapat terpengaruh dengan variabel2 x seperti Social media usage , perceived task interdependence dan Participative leadership nya sebagai salah satu pemicu alasan karyawan untuk meningkatkan employee creativity dalam melakukan pekerjaannya. Teori TRA menggambarkan bagaimana karyawan dapat termotivasi dengan Social media usage , perceived task interdependence dan Participative leadership dengan mediasi work engagement sebagai pemicu untuk meningkatkan employee creativity

B. Definisi konseptual variable

- Social media usage

manajemen pengetahuan sosial online (OSKM), yang terkait dengan profil visibilitas yang persisten untuk memperoleh, berbagi dan mengatur informasi, konten dan ide dan kemudian mengubah informasi menjadi pengetahuan organisasi (Alavi dan Leidner, 2001; Černe et al., 2014); dan jejaring sosial online, yang dikaitkan dengan kapasitas untuk terhubung dengan orang lain dengan lebih mudah, dan dengan demikian memperkuat

sisi “sosial” dari kreativitas (Fischer et al., 2007). Dilihat dari situ, social media dapat diartikan sebagai suatu platform online yang dapat berguna sebagai sarana untuk berbagi, menemukan, dan mengatur informasi berupa ide, konten, dan kemudian dapat digunakan untuk pengetahuan yang dapat berpengaruh kepada kreativitas seseorang. Sosial media juga dapat digunakan sebagai platform untuk berkomunikasi dengan orang lain sesama pengguna social media tersebut. Mereka dapat bertukar pikiran dan ide agar saling menguntungkan satu sama lain.

- Perceived task interdependence

Visibilitas komunikasi yang dimungkinkan oleh SMU mengarah pada peningkatan kesadaran tentang siapa yang tahu apa dan siapa yang tahu siapa di tempat kerja, yang selanjutnya memfasilitasi karyawan untuk menggabungkan kembali ide-ide yang ada menjadi ide-ide baru dan menghindari duplikasi pekerjaan (Leonardi, 2014). Selain itu, literatur secara empiris telah menyajikan pentingnya persepsi karyawan mengenai saling ketergantungan tugas, yang mencerminkan sejauh mana seorang karyawan memerlukan materi, informasi, dan keahlian dari rekan kerja untuk menyelesaikan tugas (Wong dan Berntzen, 2019). Hal ini menyimpulkan bahwa perceived task interdependence memiliki arti, sejauh mana seorang individu memandang bahwa tugas yang mereka punya memiliki ketergantungan dengan tugas rekan kerjanya atau beberapa rekan kerja lainnya. Oleh karena itu karyawan masing – masing memiliki peran yang penting satu sama lain.

- Participative Leadership

Kepemimpinan partisipatif adalah gaya kepemimpinan yang memberdayakan, di mana pemimpin berkonsultasi dengan karyawan dan meminta mereka untuk ikut serta dalam pengambilan keputusan (Chan, 2019; Lam et al., 2015). Dengan demikian, persepsi kepemimpinan partisipatif dapat didefinisikan sebagai konsultasi pemimpin dengan anggota timnya sebelum mengambil keputusan untuk memecahkan suatu masalah (Sauer, 2011; Bass et al., 1975). Pemimpin yang menerapkan gaya

kepemimpinan partisipatif memungkinkan anggota tim untuk memutuskan sendiri bagaimana mereka ingin bekerja untuk mencapai tujuan mereka. Dari kesimpulan diatas, participative leadership / Participative leadership adalah suatu metode kepemimpinan dimana para pemimpin mengajak karyawannya untuk berdiskusi atau bermusyawarah mengenai pengambilan keputusan yang akan diambil. Jadi para karyawan juga diberi hak untuk memutuskan bagaimana cara mereka mau bekerja untuk mencapai tujuan mereka.

- Work engagement

Work engagement merupakan faktor penting dari dimensi manusia dalam keberlanjutan organisasi (Kim et al., 2019). Keterikatan kerja mengacu pada “keadaan pikiran yang positif, memuaskan, dan berhubungan dengan pekerjaan yang ditandai dengan semangat, dedikasi, dan penyerapan” (Schaufeli et al., 2002, hal. 74). Menurut Schaufeli dan Bakker (2004), keterikatan kerja terdiri dari tiga dimensi yaitu semangat, dedikasi dan penyerapan. Vigor mengacu pada keadaan di mana seorang karyawan memiliki tingkat energi, ketahanan mental, dan kemauan yang tinggi untuk melakukan upaya memecahkan masalah. Dedikasi mengacu pada antusiasme dan kebanggaan karyawan terhadap pekerjaan serta rasa keterlibatan yang mendalam. Penyerapan adalah keadaan konsentrasi dimana karyawan mengidentifikasi diri mereka dengan pekerjaan mereka. Jadi keterikatan kerja adalah suatu keadaan dimana karyawan memiliki komitmen kerja dengan organisasi baik secara emosional maupun intelektual. Work engagement dibutuhkan oleh masing – masing karyawan untuk memaksimalkan efektif dan efisiensi operasional Perusahaan. Ketiga pilar work engagement menurut Schaufeli and Bakker (2004) yaitu semangat, dedikasi, dan penyerapan. Ketiga pilar tersebut menjelaskan bahwa work engagement adalah suatu aspek yang dibutuhkan oleh karyawan untuk bekerja dengan baik dan benar.

- Employee creativity

Kreativitas harus digambarkan memiliki berbagai tingkat kontekstual (Fischer et al., 2005; Schilling dan Phelps, 2007), Employee creativity di

tempat kerja adalah salah satu pendorong utama inovasi organisasi (Amabile et al., 1996; Gong et al. ., 2013; Ramalingam dkk., 2015; Liu dkk., 2017). Di era modern sekarang ini, employee creativity dapat menjadi sebagai jembatan antara kinerja Perusahaan dengan tujuan Perusahaan. Employee creativity adalah kreativitas yang harus dihasilkan oleh karyawan Perusahaan demi kelancaran jalannya kinerja perusahaann.

C. Kaitan antara variabel – variabel

1. Kaitan Social media usage, perceived task interdependence, dan Participative leadership dengan Employee creativity.
 - a. Kaitan Social media usage dengan employee creativity

Menurut (Nonaka dan Van Krogh, 2009)berhipotesis bahwa teknologi social memiliki kemampuan yang disebut "manajemen pengetahuan" yang dapat membuat individu jadi lebih memungkinkan untuk membuat rasa informasi dan dengan demikian menjadi lebih kreatif. Seperti yang diusulkan oleh kerangka kerja Nonaka, Penciptaan pengetahuan selalu melibatkan proses "sosialisasi," yang dapat memungkinkan mentransformasi pengetahuan diam-diam menjadi satu kondisi dan kemudian menggabungkannya kembali dengan sumber pengetahuan lain untuk menghasilkan ide-ide yang baru. Menurut Von hippel 1994 dan Szulanski 1996 Online Social Knowledge Management dapat dijadikan sebagai mediator inovasi dan kreativitas pribadi. Pengetahuan itu baik untuk kreativitas dan inovasi yang kuat. Namun transfer inovasi dan pengetahuan biasanya mahal dan “melekat” dalam organisasi. Narasi secara positif mempengaruhi pemahaman bersama di antara orang-orang (yaitu tujuan bersama, budaya organisasi dan identitas organisasi) dan membantu mencapai arah. Ini menginspirasi individu untuk menciptakan ide-ide baru (Fenton dan Langley, 2011) dan memungkinkan untuk menggunakan pengetahuan untuk memecahkan masalah dan berinovasi. Dari beberapa teori diatas menyimpulkan bahwa social media memiliki pengaruh terhadap employee creativity dengan cara individu dapat mengakses informasi yang ada dan menangkap serta merubah menjadi kreativitas pribadi.

Kami juga berhipotesis bahwa teknologi sosial dapat memfasilitasi memori organisasi dengan: melacak ide (Tippins dan Sohi, 2003). Memori organisasi sudah dibahas oleh Alavi dan Leidner (2001) dalam pembahasannya terkait dengan sistem manajemen pengetahuan tetapi Teknologi sosial dapat meningkatkan aspek kognitif dengan memanfaatkan peristiwa tunggal pribadi inovasi, yang agak sulit membeli pengaturan kerja tradisional yang tidak menyimpan memori saat-saat seperti itu.

b. kaitan perceived task interdependence dengan employee creativity

Jika seorang individu memiliki keterampilan yang dibutuhkan untuk menyelesaikan tugas, maka pekerja lain mungkin tidak menyelesaikan tugas mereka sendiri sebelum individu pertama menyelesaikan tugasnya menurut (Wong and Berntzen, 2019). Ketika karyawan bergantung pada pekerjaan anggota lain untuk menyelesaikan pekerjaan mereka sendiri, mereka harus memiliki tujuan bersama yang mempengaruhi mereka terhadap tindakan kolektif menurut (Sackett and Cummings, 2018). Oleh karena itu, karyawan yang saling bergantung cenderung memperhatikan tindakan dan pemikiran rekan kerja lain ketika saling ketergantungan tugas mereka tinggi (Van Der Veget et al., 2000). Berikut adalah beberapa teori tahap yang merupakan hasil dari perceived task interdependence dan Sesama karyawan dapat saling bertukar pikiran dalam mengerjakan pekerjaan yang saling bersangkutan satu sama lain , dengan bertukar pikiran mereka dapat menemukan ide² dan kreativitas baru, hal tersebutlah yang menggabungkan antara perceived task interdependence dengan employee creativity.

c. kaitan Participative leadership dengan employee creativity

Kepemimpinan partisipatif adalah gaya kepemimpinan yang memberdayakan, di mana para pemimpin berkonsultasi dengan karyawan dan meminta mereka untuk bergabung dalam pengambilan keputusan menurut (Chan, 2019; Lam et al., 2015).

Zhang and Zhou (2014) membuktikan memberdayakan kepemimpinan sebagai faktor konteks kerja yang penting untuk meningkatkan employee

creativity. Dalam studi ini, ketika karyawan bergantung satu sama lain untuk tugas yang sangat saling bergantung, seorang pemimpin partisipatif yang mendorong keterlibatan karyawan berkontribusi pada tingkat employee creativity yang tinggi sesuai dengan perspektif interaksional employee creativity. Pemimpin yang mengizinkan karyawan untuk berpendapat tentu saja dapat meningkatkan employee creativity dikarenakan karyawan juga diajak untuk berpikir dalam mengambil keputusan dan menyelesaikan masalah.

2. Kaitan antara Social media usage, perceived task interdependence, Participative leadership dengan work engagement

a. kaitan antara Social media usage dengan work engagement

Sosial media membantu karyawan untuk mengeksplorasi ide2 yang ada serta menjangkau hal2 yang dapat dijangkau secara online , hal ini membuat Social media usage dapat meningkatkan work engagement

b. kaitan antara perceived task interdependence dengan work engagement

perceived task interdependence berpengaruh terhadap work engagement dikarenakan sesama karyawan yang harus mengerjakan deadline secara langsung termotivasi satu sama lain dikarenakan pekerjaannya yang saling bersangkutan, oleh karena itu sesama karyawan harus saling follow up dan saling motivasi , sehingga dapat meningkatkan work engagement

c. kaitan antara Participative leadership dengan work engagement

Berdasarkan oleh social learning theory(Bandura, 1986), Karyawan dengan keterlibatan di tempat kerja yang lebih besar lebih cenderung termotivasi oleh role modeling. Karyawan mengamati dan meniru pemimpin mereka. Mereka lebih mungkin untuk melakukan dengan baik di tempat kerja jika mereka terlibat dengan pemimpin partisipatif mereka. Hubungan antara kepemimpinan partisipatif dan kinerja kerja karyawan dimediasi oleh work engagement (Rousseau et al., 1998).

pemimpin yang baik yang menggunakan metode Participative leadership dapat membantu karyawannya dan memotivasi karyawannya serta mengizinkan karyawannya untuk berpendapat, sehingga dapat meningkatkan work engagement karyawan karena karyawan merasa lebih dihargai

3. Kaitan work engagement dengan Employee creativity

Pekerja berpengetahuan yang terlibat cenderung menunjukkan perilaku yang lebih kreatif (Bakker, 2017). Sampai saat ini, hanya sedikit penelitian yang menyelidiki hubungan antara Work engagement dan kreativitas (Chaudhary dan Achouri, 2018). Misalnya, Bakker dan Xanthopoulou (2013) melaporkan bahwa Work engagement mempunyai dampak positif terhadap kreativitas di kalangan kepala sekolah dan guru perempuan, memediasi hubungan antara sumber daya pekerjaan dan kreativitas. Demikian pula, Demerouti dkk. (2015) juga menemukan bahwa tuntutan pekerjaan dan sumber daya berhubungan positif dengan employee creativity melalui Work engagement. Li dkk. (2017) menjelaskan efek positif dari sistem kerja dengan komitmen tinggi dan pertukaran pemimpin-anggota terhadap employee creativity, dan menemukan bahwa keterlibatan sepenuhnya memediasi hubungan tersebut. Chaudhary dan Achouri menemukan bahwa Work engagement memediasi hubungan antara tanggung jawab sosial perusahaan dan kreativitas. Work engagement memainkan peran mediasi antara berbagi pengetahuan dan perilaku inovatif (Kim dan Park, 2017), karakteristik pekerjaan dan kinerja karyawan (Saks, 2006), tanggung jawab sosial dan kreativitas intrinsik perusahaan (Chaudhary dan Achouri, 2018) dan organisasi pembelajaran dan kerja inovatif perilaku (Park et al., 2014).4.Kaitan antara Social media usage, perceived task interdependence, dan Participative leadership, dan employee creativity melalui brand image

D. Penelitian Yang Relevan

Tabel 2.1
Penelitian Yang Relevan

No	Peneliti	Variabel independen	metodologi	Variabel dependen	Variabel mediasi	Hasil penelitian
1	Lifan Chen, Bowen Zheng, Hefu Liu and Manting Deng	Perceived task interdependence, participative leadership	Survei kuesioner dirancang untuk menguji hipotesis kami. Sampel terdiri dari karyawan yang menggunakan media sosial di tempat kerja. Sebanyak 402 kuesioner yang valid digunakan untuk Analisis regresi hierarkis	Employee creativity		kami tidak menemukan efek interaksi dua arah SMU dan persepsi saling ketergantungan tugas terhadap employee creativity
2	Pawel Korzynski, Jordi Paniagua, Eduardo Rodriguez-Montemayor	Social media usage	Data diperoleh melalui survei online terhadap 80 insinyur dan 12 manajer yang bekerja di perusahaan IT besar yang terdaftar oleh Fortune 500 (n11/4 80, n21/4 12). Strategi empiris bergantung pada pemodelan persamaan struktural efek tetap dan analisis faktor konfirmasi dengan desain kuasi-eksperimental untuk mempelajari hubungan struktural	Employee creativity		Bertentangan dengan harapan, tidak ada bukti signifikan bahwa Hubungan antara kreativitas dan inovasi pribadi dimediasi oleh manajemen pengetahuan sosial online.

			antara kreativitas, konektivitas sosial online (OSC) dan inovasi pribadi.			
3	Baek-Kyoo Joo, Jeong-Ha Yim, Young Sim Jin, Soo Jeoung Han		Menggunakan hasil survei terhadap 302 pekerja pengetahuan dari a perusahaan telekomunikasi terkemuka di Korea Selatan,	Employee creativity	Work engagement	Memberdayakan akan kepemimpinan secara positif dan signifikan terkait dengan Work engagement dan Berbagi pengetahuan. Work engagement secara signifikan terkait dengan berbagi pengetahuan dan karyawan kreativitas. Pada gilirannya, berbagi pengetahuan secara signifikan terkait dengan employee creativity. Efek langsung Memberdayakan akan kepemimpinan pada employee creativity tidak

						<p>signifikan, tetapi penelitian ini menemukan yang signifikan</p> <p>Efek Tidak Langsung dari Pemberdayaan Kepemimpinan</p>
4	Huseyin Ince, Salih Zeki Imamoglu and Hulya Turkcan	Social media usage	<p>Makalah ini menguji secara empiris model yang dikembangkan menggunakan survei 512</p> <p>tanggapan dari karyawan penelitian dan pengembangan (R&D). Data dianalisis faktor, dan estimasi jalur</p> <p>ditentukan menggunakan pemodelan persamaan struktural untuk menguji hipotesis</p>	Employee creativity		<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) individu ACAP berhubungan positif dengan kreativitas; (2) kreativitas adalah berhubungan positif dengan prestasi kerja dan (3) penggunaan media sosial memoderasi hubungan secara positif antara ACAP individu dan kreativitas</p>

5	Manting Deng, Jiantao Zhu	Social media usage	<p>Sebuah kuesioner dilakukan terhadap 219 profesional yang bekerja di Tiongkok –</p> <p>profesional yang menggunakan ESM di organisasi masing-masing</p>	Employee creativity	<p>Hasil menunjukkan bahwa penggunaan ESM yang berorientasi pada pekerjaan dan berorientasi sosial berhubungan positif dengan penyelidikan umpan balik karyawan dan, selanjutnya, meningkatkan employee creativity. Temuan ini juga menunjukkan hal yang sama</p> <p>bahwa penggunaan ESM yang berorientasi sosial berhubungan positif dengan pemantauan karyawan, sedangkan umpan balik karyawan pemantauan tidak berhubungan dengan</p>
---	---------------------------	--------------------	---	---------------------	---

						employee creativity.
6	Cheng hao men, Lei Yue, Huo Wei Wei, Bing Liu and Guangwei Li	Perceived Task interdependence	<p>Penelitian ini melakukan analisis faktor konfirmatori dan hierarkis regresi untuk menganalisis data berpasangan dari 67 tim penelitian dan pengembangan (R&D) yang melibatkan 378 karyawan dan pemberi kerja dalam konteks budaya Tiongkok.</p>	Employee creativity		<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa iklim pengawasan yang sewenang-wenang berhubungan negatif dengan kreativitas tim, sepenuhnya dimediasi oleh kemandirian kolektif dan identifikasi kelompok dalam konteks budaya Tiongkok. Selain itu, tugas saling ketergantungan memperkuat hubungan positif antara kemandirian kolektif dan kreativitas tim, serta hubungan positif antara identifikasi kelompok dan kreativitas</p>

						tim
7	Patrick S.W Fong, Chenghao Men and Jinlian Luo	Perceived task interdependence	Penulis menguji hipotesis dengan sampel sebanyak 87 pengetahuan tim pekerja yang melibatkan 393 karyawan dan pengusaha di Tiongkok.	Employee creativity		Penyembunyan pengetahuan berhubungan negatif dengan kreativitas tim, sepenuhnya dimediasi oleh kapasitas serap. Selain itu, hubungan negatif antara penyembunyan pengetahuan dan kapasitas penyerapan akan melemah oleh saling ketergantungan tugas.
8	Lu Chen, Kwame Ansong Wadei, Shuaijiao Bai, Jun Liu	Participative leadership	Menggunakan sampel jeda waktu dari 526 pasangan supervisor-bawahan dari Tim R&D dari lima perusahaan yang berlokasi di bagian barat daya Tiongkok, kami menguji model teoritis yang digunakan pemodelan persamaan struktural (SEM) serta dengan software MPLUS	Employee creativity		Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepemimpinan partisipatif berhubungan positif dengan keterlibatan proses kreatif; keamanan psikologis secara signifikan

			7.0.			<p>memediasi hubungan antara kepemimpinan partisipatif dan kreatif</p> <p>keterlibatan proses; keterlibatan proses kreatif secara signifikan memediasi hubungan antara</p> <p>keamanan psikologis dan employee creativity; keamanan psikologis dan keterlibatan proses kreatif</p> <p>secara berurutan memediasi hubungan antara kepemimpinan partisipatif dan kreativitas.</p>
9	Jalal Rajeh Hanaysha	Participative leadership	<p>Alat survei digunakan dalam penelitian ini untuk pengumpulan data dari staf di institusi pendidikan tinggi di Malaysia. Data yang</p>	Employee creativity		<p>– Hasil memverifikasi bahwa kepemimpinan partisipatif berdampak positif terhadap</p>

			<p>dikumpulkan dianalisis melalui PLS-SEM untuk diverifikasi</p> <p>hipotesis penelitian dan mencapai kesimpulan.</p>			<p>OCB dan juga karyawan</p> <p>kegiatan. Temuan ini juga menunjukkan bahwa kepemimpinan otoriter tidak mempunyai dampak apa pun terhadap perekonomian</p> <p>kegiatan dan OCB karyawan. Akhirnya, hasil menunjukkan bahwa OCB memediasi hubungan antara keduanya</p> <p>pendekatan partisipatif pemimpin dan employee creativity, sedangkan efek mediasinya di kalangan otoriter</p> <p>kepemimpinan dan employee creativity tidak didukung</p>
--	--	--	---	--	--	--

10	Heewon Kim, Craig Scott		<p>Survei online dilakukan di Microsoft melalui Blind, sebuah ponsel platform untuk komunikasi anonim di tempat kerja. Serangkaian model regresi digunakan untuk menguji hipotesis.</p>	Employee creativity	Work engagement	<p>Hasil menunjukkan bahwa: kualitas komunikasi perubahan berhubungan dengan media sosial anonim</p> <p>penggunaan media untuk mencari informasi dan dukungan; kebebasan berbicara di tempat kerja dikaitkan dengan anonim</p> <p>penggunaan media sosial untuk mengekspresikan ide; manfaat yang dirasakan dan kepercayaan dari media sosial anonim</p> <p>berdampak positif pada penggunaannya; dan kualitas komunikasi perubahan dan</p>
----	-------------------------	--	---	---------------------	-----------------	---

						kebebasan di tempat kerja pidato dikaitkan dengan komitmen afektif dan kepuasan kerja.
1 1	Reeta Oksa , Markus Kaakinen, Nina savela, Noora Ellonen, Atte Oksanen	Social media usage	Investigasi hubungan antara penggunaan media sosial profesional dan Work engagement melibatkan pelaksanaan survei media sosial di tempat kerja di lima organisasi profesional Finlandia, yang mewakili berbagai bidang pekerjaan: keuangan, telekomunikasi, layanan personalia, penerbitan, dan ritel. Bidang pekerjaan dipilih berdasarkan visibilitas media sosial publik yang diakui di Finlandia. Kami menginginkan representasi berbagai bidang pekerjaan yang tidak terlalu mirip satu sama lain. Selain itu, ukuran organisasi bervariasi dari perusahaan besar dengan lebih dari 10.000 karyawan hingga perusahaan kecil yang mempekerjakan kurang dari 2.000 karyawan. Target audiens dalam		Work engagement	Temuan mengungkapkan bahwa penggunaan media sosial antar karyawan untuk komunikasi terkait pekerjaan berhubungan langsung dengan Work engagement di salah satu sampel data, di kalangan tenaga kerja Finlandia. Penggunaan media sosial tidak serta merta meningkatkan semangat, dedikasi, dan keasyikan karyawan dalam pekerjaan dan tempat kerja. Namun, identifikasi

			organisasi-organisasi ini bervariasi dari 152 hingga 2737 peserta			organisasi dan dukungan sosial membentuk hubungan jenis ini dengan Work engagement . Hasil kami memang menunjukkan bahwa membangun identifikasi organisasi dan dukungan sosial dalam organisasi membentuk dasar yang kuat agar komunikasi media sosial berhasil dan sebagai prasyarat, potensi untuk berkontribusi pada Work engagement karyawan.
1 2	Simon C.H Chan	Participative leadership	Pesertanya adalah 177 karyawan di sebuah toko ritel di Hong Kong. Regresi berganda hierarki dilakukan dengan variabel kontrol untuk memastikan hubungan antara kepemimpinan partisipatif, tingkat		Work engage ment	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepemimpinan partisipatif berhubungan positif dengan Work

			kesenangan yang dialami di tempat kerja, Work engagement dan kepuasan kerja			engagement karyawan dan kepuasan kerja. Work engagement karyawan memediasi hubungan antara kepemimpinan partisipatif dan kepuasan kerja. Hubungan positif antara kepemimpinan partisipatif dan kepuasan kerja menjadi lebih kuat ketika karyawan lebih bersenang-senang di tempat kerja
13	Olawale Fatoki	Participative leadership	Desain penelitian kuantitatif diadopsi untuk penelitian ini dan metode survei cross-sectional digunakan untuk pengumpulan data. Hipotesis penelitian diuji dengan menggunakan model persamaan parsial struktur kuadrat terkecil (PLS SEM).		Work engagement	Studi ini menguji hubungan antara PAL dan kepuasan kerja karyawan di perusahaan kecil. PLSSEM digunakan untuk menganalisis data dan menguji

						hipotesis Temuan ini menunjukkan hubungan positif yang signifikan antara PAL dan kepuasan kerja. Efek mediasi dari pemberdayaan psikologis dan Work engagement sangatlah signifikan.
1 4	Li Hui, Wang Qun, Sajjad Nazir, Zhao Mengyu, Muhammad Ali Asadullah, Sahar Khadim		Survei kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data dari 281 karyawan yang bekerja di Tiongkok. Regresi hierarki digunakan untuk menganalisis data.	Employee creativity	Work engagement	Temuan mengungkapkan bahwa identifikasi organisasi berpengaruh signifikan terhadap employee creativity milenial; Work engagement memainkan peran mediasi positif antara identifikasi organisasi dan employee creativity. Selain itu, nilai-nilai kerja pegawai generasi milenial khususnya orientasi

						utilitarian, preferensi intrinsik, keharmonisan interpersonal dan orientasi inovasi mempunyai efek moderasi positif antara work engagement dan kreativitas pegawai.
15	Lu Chen, Kwame Ansong Wadei, Shuaijiao Bai, Jun Liu	Participative Leadership	Dengan menggunakan sampel jeda waktu yang terdiri dari 526 pasangan supervisor-bawahan dari tim R&D lima perusahaan yang berlokasi di bagian barat daya Tiongkok, kami menguji model teoritis menggunakan model persamaan struktural (SEM) serta dengan perangkat lunak MPLUS 7.0.		Work engagement	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepemimpinan partisipatif berhubungan positif dengan keterlibatan proses kreatif; keamanan psikologis secara signifikan memediasi hubungan antara kepemimpinan partisipatif dan keterlibatan proses kreatif; keterlibatan proses kreatif secara signifikan

						memediasi hubungan antara keamanan psikologis dan employee creativity; keamanan psikologis dan keterlibatan proses kreatif secara berurutan memediasi hubungan antara kepemimpinan partisipatif dan kreativitas
1 6	Linjuan Rita Men, Julie O Neil, Michele Ewing	Social Media Usage	Untuk menguji model yang dihipotesiskan (Gbr. 1), survei online kuantitatif dilakukan terhadap karyawan dari berbagai organisasi AS pada bulan April 2018, dengan bantuan penyedia layanan pengambilan sampel global, Dynata (sebelumnya dikenal sebagai Survey Sampling International [http://www.surveysampling.com/]). Populasi penelitian adalah karyawan yang organisasinya telah menggunakan media sosial internal. Pertanyaan filter (“Apakah perusahaan		Work engagement	Model yang diusulkan dianalisis dengan menggunakan analisis model persamaan struktural dua langkah menggunakan perangkat lunak AMOS 24.0. Dalam model struktural, variabel fokus unidimensi dari persepsi transparansi organisasi, identifikasi

			Anda menggunakan media sosial internal [misalnya blog.			organisasi, keterlibatan karyawan dan variabel kontrol kepuasan EOR diperlakukan sebagai variabel yang diamati. Penggunaan media sosial internal oleh karyawan diperlakukan sebagai variabel laten dengan tiga sub-dimensi: konsumsi, kontribusi, dan percakapan.
1 7	Kevin Kok – Yew Tan, Augustine Pang	Social Media Usage	<p>Pengumpulan data dilakukan pada bulan Mei hingga Agustus 2016 melalui wawancara terhadap 20 peserta dari SAF (lihat Tabel 2 dan 3) yang direkrut melalui jaringan peneliti utama.</p> <p>Pertanyaan tindak lanjut terhadap beberapa orang yang diwawancarai dilakukan antara bulan Desember 2016 dan Januari 2017. Penulis</p>		Work Engagement	<p>Untuk pertanyaan penelitian pertama tentang strategi keterlibatan karyawan SAF, orang yang diwawancarai mengungkapkan bahwa mereka umumnya tidak hanya melihat manfaat nyata</p>

			<p>pertama, seorang perwira di Angkatan Udara pada saat penelitian, adalah satu-satunya penulis</p> <p>pewawancara dalam seluruh proses pengumpulan data</p>		<p>seperti gaji dan bonus.</p> <p>Orang yang diwawancarai mengungkapkan lemahnya upaya SAF untuk menjaga keterlibatan karyawan dalam bekerja</p> <p>manfaat tidak berwujud seperti dukungan publik, pengakuan, peluang pengembangan dan pekerjaan</p> <p>pertunangan</p>
18	Sherzod bek Murodilla Ugli Dadaboyev, Yoonjung Baik, Seong Ik Ahn	Perceived Task Interdependence	Sebuah studi lapangan yang dilakukan terhadap beragam sampel karyawan yang bekerja di berbagai industri memberikan bukti yang mendukung teori prediksi tersebut. Sampel sebanyak 204 karyawan tetap dimasukkan dalam analisis.	Work Engagement	Hasilnya menegaskan bahwa karyawan yang inovatif dapat menjadi target viktimisasi dalam suatu organisasi dan kinerja tinggi dalam peran serta saling ketergantungan tugas yang tinggi

						secara bersama-sama memoderasi hubungan negatif antara kinerja inovatif dan viktimisasi.
19	Chun Chang Lee, Yuhshin Lin, Hshin-Chung Huang, Wei-Wen Huang, Hsu-Hung Teng	Perceived Task Interdependence	Kami merekrut broker real estate di Kaohsiung sebagai peserta. Survei dilakukan mulai tanggal 1 Juli hingga 31 Agustus 2013 (lihat juga Lee et al., 2014). Dari 568 formulir survei yang kami distribusikan, 367 formulir berhasil diambil. Setelah lima formulir yang tidak valid dihilangkan, terdapat 362 formulir survei yang valid (tingkat pengembalian = 98,6%). Dari responden, 58,3% adalah laki-laki dan 41,7% adalah perempuan, berusia 25 tahun ke bawah (15,5%), berusia antara 26 dan 30 tahun (21,0%), 31 dan 35 tahun (19,9%), 36 dan 40 tahun (13,8%), 41 dan 45 tahun (14,4%), 46 dan 50 tahun (6,6%), dan 51 tahun ke atas (8,8%). Mayoritas peserta (53,1%) sudah menikah, dengan 43,3% belum menikah dan 3,5%		Work Engagement	Ketika intensitas saling ketergantungan tugas semakin tinggi, maka kinerja pekerjaan akan meningkat. Saling ketergantungan tugas tidak hanya meningkatkan motivasi kerja, tetapi juga meningkatkan efisiensi kerja dan prestasi kerja. Temuan kami mendukung temuan Wageman dan Baker (1997) yang menemukan bahwa dengan semakin besarnya saling ketergantungan tim,

			<p>mengidentifikasi sebaliknya. Sebagian besar peserta adalah lulusan universitas (43,3%), 2,3% berpendidikan S2, dan sisanya mempunyai pendidikan tertinggi SMA atau SMK (27,2%) atau perguruan tinggi (27,2%)</p>			<p>berbagi pengetahuan tim akan lebih efektif.</p>
20	<p>Rushana Khusanova, Seung Wan Kang, Suk Bong Choi</p>	<p>Perceived Task Interdependence</p>	<p>Untuk survei penelitian ini, kami merekrut karyawan dari Uzbekistan</p> <p>organisasi sektor publik menggunakan convenience sampling. Itu</p> <p>organisasi yang beroperasi di berbagai industri: pendidikan, utilitas, keuangan, dan konstruksi. Sebelum survei, organisasi</p> <p>manajer dikirim email surat permintaan mengenai penelitian dan</p> <p>tujuannya untuk mendapatkan izin untuk melakukan survei bersama</p> <p>dengan surat penyelia yang menegaskan kerahasiaan semuanya</p> <p>data yang dikumpulkan. Setelah izin diberikan, asisten</p>		<p>Work Engagement</p>	<p>Untuk penelitian ini, berdasarkan teori Kahn, kami mengkaji</p> <p>peran kebermaknaan pekerjaan dalam kinerja karyawan melalui</p> <p>Work engagement . Kami berhipotesis dan menunjukkan secara empiris</p> <p>bahwa kebermaknaan secara signifikan dikaitkan dengan pekerjaan</p> <p>keterlibatan dan Work engagement</p>

		<p>peneliti</p> <p>menyebarkan kuesioner kepada calon responden,</p> <p>menjelaskan tujuan penelitian, dan memberi tahu mereka hal itu</p> <p>semua tanggapan mereka akan bersifat pribadi dan rahasia. Itu</p> <p>responden diminta untuk membaca dengan cermat setiap pernyataan di</p> <p>kuesioner dan memberikan tanggapan yang jujur, dan semua diinstruksikan</p> <p>untuk menyegel dan mengembalikan kuesioner yang telah diisi menggunakan</p> <p>amplop pengembalian disediakan. Menggunakan identifikasi karyawan</p> <p>daftar yang disediakan oleh departemen sumber daya manusia, penelitian</p> <p>asisten memberi kode pada kuesioner untuk dicocokkan dengan karyawan</p> <p>supervisor mereka.</p>			<p>berhubungan positif</p> <p>terhadap kinerja dalam organisasi publik. Kami selanjutnya menemukan itu</p> <p>Work engagement memiliki pengaruh mediasi yang menjelaskan hal tersebut</p> <p>hubungan antara kebermaknaan pekerjaan dan prestasi kerja.</p> <p>Kami juga dengan penelitian ini mengidentifikasi pendorong situasional lainnya</p> <p>(yaitu, saling ketergantungan tugas) yang menjaga keterlibatan karyawan.</p>
--	--	--	--	--	---

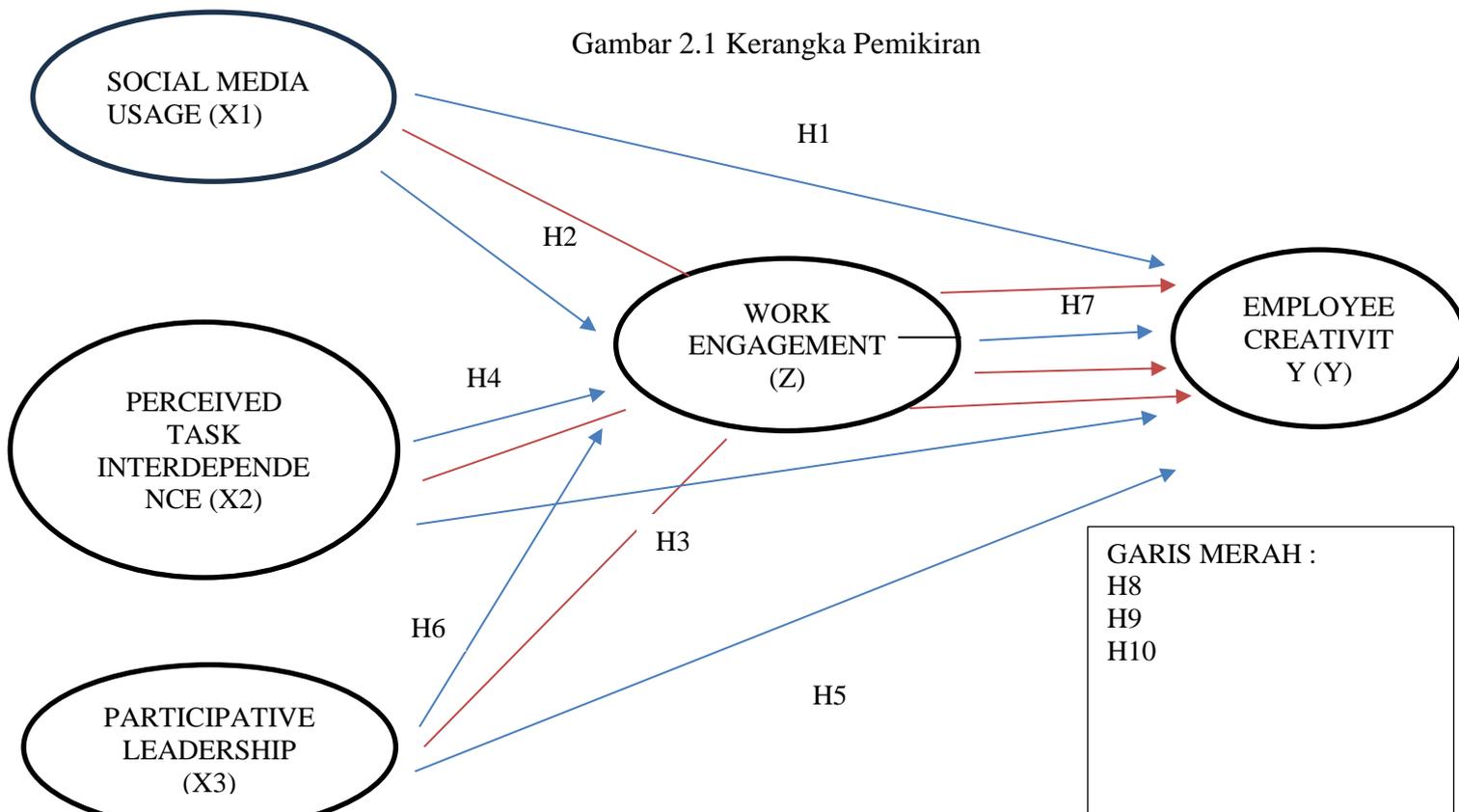
			<p>Sampelnya terdiri dari sekolah dan kejuruan</p> <p>guru perguruan tinggi (50%), karyawan organisasi utilitas (22%),</p> <p>sebuah firma arsitektur (21%), dan bank nasional (7%).</p>			<p>Terlepas dari potensi keterbatasan penelitian ini, temuan ini</p> <p>berkontribusi pada semakin banyaknya penelitian tentang Work engagement</p> <p>dan kebermaknaan di sektor publik.</p>
--	--	--	--	--	--	---

E. KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

1. KERANGKA PEMIKIRAN

Kerangka pemikiran (framework) adalah suatu struktur konseptual atau konseptualisasi sistematis yang digunakan untuk mengorganisir, menyusun, dan mengintegrasikan gagasan, konsep, atau teori dalam suatu bidang penelitian atau analisis. Berbagai ahli mungkin memiliki definisi dan pendekatan yang sedikit berbeda terkait dengan kerangka pemikiran, tetapi secara umum, kerangka pemikiran memberikan landasan untuk merumuskan pertanyaan penelitian, merinci variabel-variabel yang akan diteliti, dan membimbing interpretasi hasil. **Creswell (2009)**: kerangka pemikiran adalah "struktur konseptual atau logika rinci untuk pengembangan proposisi yang menggambarkan, menjelaskan, atau memprediksi hubungan antara variabel-variabel yang akan diteliti."

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran



F. HIPOTESIS

1. Social Media Usage Dan Employee Creativity

Berdasarkan theory of reasoned action (TRA) Social media usage adalah suatu aspek yang penting yang dapat memicu kinerja suatu karyawan, namun ada juga yang menyatakan bahwa Social media usage tidak berpengaruh signifikan terhadap

employee creativity, walaupun Social media usage adalah suatu metode yang baik bagi karyawan untuk memicu eksplorasi dalam diri karyawan, namun belum ada bukti yang tepat bahwa Social media usage berpengaruh pada employee creativity. Oleh karena itu dikemukakanlah hipotesis sebagai berikut :

H1 : Social media usage tidak berpengaruh signifikan terhadap employee creativity

2. Social Media Usage Dan Work Engagement

Berdasarkan theory of reasoned action (TRA) Social media usage memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap work engagement seorang karyawan. Hal ini dapat didukung seperti Social media usage dapat menggerakkan karyawan dalam meningkatkan aktivitas eksplorasi seorang karyawan dan membuat karyawan tidak jenuh, sehingga dapat meningkatkan work engagement seorang karyawan. Social media usage yang terpadu sesuai arahan dapat meningkatkan work engagement karena dapat mengurangi tingkat kejenuhan dan meningkatkan antusiasme karyawan dalam berkreasi, oleh karena itu dapat dikemukakan bahwa

H2 : Social media usage dapat berpengaruh signifikan terhadap work engagement

3. Perceived Task Interdependence Dan Employee Creativity

Berdasarkan theory of reasoned action (TRA) perceived task interdependence memiliki aspek yang penting dalam menggerakkan karyawan untuk bekerja satu sama lain dan berdiskusi demi meningkatkan ide – ide dari karyawan, namun walaupun perceived task interdependence dapat berpengaruh besar bagi seorang karyawan, belum tentu berpengaruh bagi employee creativity dan ada juga yang menyatakan bahwa perceived task interdependence tidak berpengaruh terhadap employee creativity, oleh karena itu dikemukakan hipotesis sebagai berikut

H3 : Perceived task interdependence tidak berpengaruh secara signifikan terhadap employee creativity

4. Perceived Task Interdependence Dan Work Engagement

Berdasarkan theory of reasoned action (TRA) perceived task interdependence memiliki peran penting dalam menggerakkan karyawan untuk berdiskusi kepada sesama karyawan seiring pekerjaannya yang saling berkaitan satu sama lain dan hal

tersebut dapat mendekatkan karyawan dan dapat saling memotivasi karyawan sehingga dapat meningkatkan work engagement. Perceived task interdependence juga berperan dalam menggerakkan karyawan untuk meningkatkan kreativitas seiring terjadinya diskusi bersama mengingat pekerjaannya yang berkaitan. Oleh karena itu dapat dikemukakan bahwa

H4 : Perceived task interdependence dapat berpengaruh signifikan terhadap work engagement

5. Participative Leadership Dan Employee Creativity

Berdasarkan theory of reasoned action (TRA) Participative leadership dapat menggerakkan seorang pemimpin untuk lebih peduli dan lebih terbuka kepada karyawannya dikarenakan karyawan ikut berpartisipasi dalam pengambilan Keputusan. Namun Participative leadership belum tentu berpengaruh kepada employee creativity dikarenakan Participative leadership bisa menimbulkan dampak yang tidak diinginkan oleh karyawan atau malah membatasi ide – ide karyawan dan juga ada yang mengemukakan bahwa Participative leadership tidak berpengaruh kepada employee creativity, oleh karena itu dapat dikemukakan bahwa

H5 : Participative leadership tidak berpengaruh signifikan terhadap employee creativity.

6. Participative Leadership Dan Work Engagement

Berdasarkan theory of reasoned action (TRA) Participative leadership dapat menggerakkan seorang pemimpin untuk lebih terjun langsung ke karyawan agar dapat bermusyawarah bersama karyawan dan dapat lebih membuka diri kepada karyawan. Hal ini dapat meningkatkan work engagement karena karyawan lebih merasa didengar dan diapresiasi dengan adanya Participative leadership yang baik oleh karena itu maka dapat dikemukakan bahwa

H6 : Participative leadership dapat berpengaruh signifikan terhadap work engagement

7. Work Engagement Dan Employee Creativity

Berdasarkan theory of reasoned action (TRA) Work engagement adalah suatu aspek yang Dimana seorang karyawan turut memiliki peran dan bergerak dalam suatu

Perusahaan dan work engagement adalah suatu kondisi yaitu karyawan mengekspresikan dirinya dalam bekerja. Dalam mengekspresikan diri tersebut, karyawan tentu saja harus berkreasi agar dapat berkembang lebih jauh dan dapat meningkatkan employee creativity. Oleh karena itu work engagement dapat mendorong employee creativity, kemampuan karyawan, dan mental karyawan. Berdasarkan hal itu dapat dikemukakan bahwa

H7 : Work engagement dapat berpengaruh positif dan signifikan terhadap employee creativity

8. Work engagement sebagai mediasi antara social media usage dengan employee creativity

Berdasarkan TRA (Theory of reasoned action) social media dapat menggerakkan karyawan dalam meningkatkan aktivitas eksplorasi seorang karyawan dan membuat karyawan tidak jenuh, sehingga dapat meningkatkan work engagement seorang karyawan. Social media usage juga dapat meningkatkan ide – ide dan inovasi yang baru sehingga dapat meningkatkan work engagement yang Dimana karyawan semakin terbuka dalam mengekspresikan ide – ide dan inovasinya. Work engagement yang dipengaruhi oleh social media usage dapat membuat karyawan merasa lebih giat untuk bereksprei dalam bagian pekerjaannya sehingga berpengaruh kepada employee creativity. Sehingga work engagement dapat secara indirect effect memediasi hubungan antara social media usage dengan employee creativity.

H8 : Work engagement dapat memediasi secara tidak langsung antara social media usage dengan employee creativity

9. Work engagement sebagai mediasi antara perceived task interdependence dengan employee creativity

Berdasarkan Theory of reasoned action (TRA) perceived task interdependence dapat menggerakkan karyawannya untuk bonding dengan sesama karyawannya dikarenakan pekerjaan karyawan yang saling berkaitan satu sama lain. Perceived task interdependence dapat membuat karyawan saling bergantung satu sama lain yang Dimana karyawan tersebut dapat bertukar pikiran / ide dan saling memotivasi satu sama lain dalam pekerjaannya sehingga dapat meningkatkan work engagement dan work engagement yang dipengaruhi oleh perceived task interdependence dapat membuat karyawan lebih terbuka pikirannya antar sesama karyawan dan dapat mempengaruhi

employee creativity

H9: Work engagement dapat memediasi secara tidak langsung antara perceived task interdependence dengan employee creativity

10. Work engagement sebagai mediasi antara participative leadership dengan employee creativity

Berdasarkan Theory of reasoned action (TRA) participative leadership dapat menggerakkan pemimpin untuk lebih terbuka dan lebih mendengar apa keinginan karyawannya. Karyawan akan merasa lebih dihargai apabila pemimpin mereka ingin mendengarkan pendapat mereka sehingga dapat meningkatkan work engagement karyawan, oleh karena itu participative leadership dapat meningkatkan work engagement dan karyawan dapat lebih mengekspresikan ide – idenya, oleh karena itu work engagement juga dapat memediasi hubungan antara participative leadership dengan employee creativity

H10 : Work engagement dapat memediasi secara tidak langsung antara participative leadership dengan employee creativity

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode deskriptif dengan menyebarkan kuisioner pada karyawan PT Fitness First yang berada di (Senayan City, Grand Indonesia, Mall Taman Angrek, Pacific Place). Analisa data pada penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif yang dimanfaatkan untuk mengamati dan mengkonsistensi hasil dari data yang dicari dan setiap variabel dari waktu ke waktu. Dalam penelitian ini terhadap lima buah variabel, yaitu Social media usage, perceived task interdependence, dan Participative leadership sebagai variabel independen. Work engagement sebagai variabel mediasi. Employee creativity sebagai Variabel dependen. Penelitian ini memiliki tujuan yaitu menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Dimana pada penelitian ini menggambarkan keadaan subjek atau objek penelitian yang tidak menyimpang dari kondisi sebenarnya dan berdasarkan fakta yang dapat dilihat tanpa mengubah kesimpulan data yang berlaku tentang variabel bebas dan terikat. Penelitian ini akan membuktikan secara empiris hubungan antara variabel Social media usage, perceived task interdependence, dan Participative leadership menggunakan mediasi work engagement terhadap kreativitas karyawan.

B. Populasi, Teknik Pemilihan Sampel, dan Ukuran sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2016) Populasi adalah area generalisasi yang berkaitan dengan objek atau subjek tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti dengan bobot dan karakteristik khusus untuk dianalisis dan ditarik kesimpulannya. Konsep populasi mencakup semua karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek penelitian, sehingga tidak hanya terbatas pada jumlah objek atau subjek yang ada. Populasi dapat mencakup berbagai bentuk, baik itu subjek atau objek penelitian, sehingga tidak hanya terkait dengan individu, tetapi juga dapat melibatkan berbagai elemen alam atau benda. Populasi dalam penelitian ini adalah Pekerja atau Karyawan Fitness First (Senayan City, Grand Indonesia, Mall Taman Angrek, Pacific Place) .

2. Teknik Pemilihan Sample

Menurut Sugiyono (2016) Purposive sampling merupakan salah satu metode pengambilan sampel yang disebutkan oleh Sugiyono. Metode ini melibatkan pemilihan sampel berdasarkan tujuan tertentu atau kriteria tertentu yang relevan dengan penelitian yang sedang dilakukan. Purposive sampling sering digunakan ketika peneliti memiliki pengetahuan yang baik tentang populasi dan ingin memilih sampel yang mewakili karakteristik tertentu yang dianggap penting dalam penelitian. Pemilihan sampel tidak dilakukan secara acak, melainkan dengan sengaja memilih individu atau kelompok yang dianggap paling relevan untuk tujuan penelitian.

Pada penelitian ini hal yang menjadi dasar memilih teknik purposive sampling adalah dalam pemilihan outlet Fitness First, Pemilihan outlet Fitness dilakukan dengan teknik pengambilan sampel yaitu purposive sampling. Hal ini dikarenakan pemilihan karyawan tidak dilakukan secara acak, tetapi ditetapkan melalui data dari karyawan Fitness First yang dipilih. Seluruh karyawan Fitness First terpilih dijadikan subjek penelitian. Peneliti memilih teknik ini karena mudah dan terjangkau yang dapat dilakukan oleh penulis.

Tabel 3.1

Jumlah Sample

Fitness First	Jumlah Karyawan
Senayan City	35
Grand Indonesia	31
Mal Taman Anggek	26
Pacific Place	33
Jumlah Sampel	125

Sumber : Data Karyawan Fitness First

3. Ukuran Sample

Menurut Hair et al. (2014), ukuran sampel dalam penelitian umumnya sebaiknya tidak kurang dari 50 dan lebih disarankan lebih dari 100. Sebagai aturan umum, jumlah sampel yang diperlukan adalah minimal lima kali lebih besar dari jumlah

indikator pertanyaan yang digunakan dalam kuesioner. Menurut Hair et al (2019) ukuran sampel berfungsi sebagai standar untuk mengevaluasi sejauh mana jumlah sampel yang digunakan oleh peneliti dan jumlah elemen yang dimasukkan dalam penelitian. Peneliti dalam menentukan jumlah ukuran sampel yang harus didapatkan, menggunakan metode penghitungan dengan rumus jumlah indikator $(n) \times 5$. Dalam penelitian ini terdapat 17 indikator sehingga sampel yang dibutuhkan adalah $25 \times 5 = 125$. Sehingga data sampel yang dibutuhkan minimal berjumlah 125 responden.

C. Operasionalisasi Variabel dan Instrumen

1. Operasionalisasi Variabel

Pada penelitian ini, terdapat enam jenis variabel yaitu Social media usage, Perceived task interdependence dan Participative leadership sebagai variabel independent (X), Employee creativity (Y) dan Work Engagement (Z).

a. Social media usage

Tabel 3.2

Operasional Variable Penggunaan Sosial

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Social media usage	Social media usage merupakan sebuah dampak yang baik dalam perubahan teknologi yang cepat dan meningkat sehingga munculnya employee creativity yang berkembang dalam lingkungan yang semakin digital sangatlah penting bagi organisasi (Korzynski, Panigua 2019)	1. Frekuensi Penggunaan 2. Tujuan Penggunaan 3. Efisiensi Kerja 4. Pengaruh pada Kreativitas 5. Pengaruh pada Produktivitas	Skala Interval

Sumber : (Korzynski, Panigua 2019)

b. Perceived task interdependence

Tabel 3.3

Operasional Variable Perceived task Interdependence

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Perceived task Interdependence	Perceived task Interdependence adalah persepsi individu atau kelompok terhadap sejauh mana tugas atau pekerjaan mereka saling terkait atau bergantung satu sama lain. (Chen,ZHeng 2020)	1. Pencapaian tujuan 2. Kesesuaian dengan rencana 3. Efisien dan Efektivitas 4. Ketergantungan Sumber Daya 5. Mengatasi Permasalahan	Skala Interval

Sumber : (Chen,ZHeng 2020)

c. Participative leadership

Tabel 3.4

Operasional Variable Participative leadership

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Participative leadership	kolaborasi antara pemimpin dan anggota tim dalam merancang strategi, mengambil keputusan, dan merencanakan tindakan. Participative leadership bertujuan untuk meningkatkan keterlibatan, motivasi, dan kualitas keputusan dengan memasukkan sudut pandang dan kontribusi dari berbagai anggota tim. (Chen,ZHeng 2020)	1. memberikan ide, saran, atau usulan 2. Keterlibatan dalam Diskusi 3. Komunikasi Terbuka 4. Memberikan Kepercayaan 5. Membebaskan dalam berkeaktivitas	Skala Interval

Sumber : (Chen,ZHeng 2020)

d. Work engagement (Joo, Yim 2022)

Tabel 3.5

Operasional Variable Work Engagement

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
----------	----------	-----------	-------

Work engagement	Tingkat keterlibatan, semangat, dan dedikasi seseorang terhadap pekerjaannya. (Joo, Yim 2022)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterlibatan Emosional 2. Keterlibatan perilaku 3. Keberhasilan pekerjaan 4. Dukungan Atasan 5. Interaksi Sosial 	Skala Interval
-----------------	---	---	----------------

Sumber : (Joo, Yim 2022)

e. Employee creativity

Tabel 3.5

Operasional Variable Employee creativity

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Employee creativity	Kemampuan individu di dalam suatu organisasi untuk menghasilkan ide-ide baru, solusi inovatif, dan kontribusi yang unik dalam konteks pekerjaan mereka. (Chen,ZHeng 2020)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemampuan Kontribusi Inovatif 2. Kemampuan Implemetasi Ide 3. Kemampuan menciptakan solusi 4. Kemampuan beradaptasi 5. Kemampuan Berimproviasi 	Skala Interval

Sumber : (Chen,ZHeng 2020)

2. Instrument Penelitian

Menurut Sugiyono (2019) “Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati”. Sehingga dalam penelitian ini penulis menggunakan instrumen berupa kuisisioner yang akan disebarkan

berupa google form dan akan diberikan langsung kepada responden (Karyawan Fiteess First). Menurut Sugiyono (2019) “Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya”

Tabel 3.6
Skala Likert

Skor	Keterangan
5	Sangat Setuju (SS)
4	Setuju (S)
3	Ragu atau Netral (N)
2	Tidak Setuju (TS)
1	Sangat Tidak Setuju (STD)

Peneliti ini menggunakan skala Likert sebagai alat pengukuran dalam penelitian ini. Sesuai dengan konsep yang diungkapkan oleh Sugiyono (2019), skala Likert digunakan khususnya untuk menilai sikap, pendapat, dan persepsi individu atau kelompok terhadap fenomena sosial. Rancangan penelitian ini disusun dengan tujuan untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan bersifat akurat dan valid, serta memudahkan proses penelitian.

D. Analisis Validitas dan Reliabilitas

Penelitian ini mengaplikasikan metode Structural Equation Model (SEM) dengan menggunakan pendekatan Partial Least Square (PLS) dalam melakukan pengujian. Hair dkk. (2017) mengindikasikan bahwa metode analisis Partial Least Square (PLS) terdiri dari dua aspek utama, yaitu model pengukuran (outer model) dan model struktural (inner model). Untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam, berikut adalah penjelasan terinci mengenai kedua model pengukuran tersebut.

1. Outer Model

Model pengukuran atau outer model digunakan untuk menjelaskan korelasi antara variabel dengan ukuran yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut. Dalam konteks outer model, tujuannya adalah untuk mengevaluasi validitas dan reliabilitas variabel dengan menguraikan dua pendekatan. Hair et

al., (2017), menjelaskan bahwa dua pendekatan tersebut mencakup validitas diskriminan (*discriminant validity*) dan validitas konvergen (*convergent validity*).

a. Analisis Validitas

Uji validitas adalah suatu teknik pengukuran yang bertujuan untuk menentukan sejauh mana ketepatan dan keakuratan alat ukur yang terdapat dalam kuesioner. Apabila data yang diperoleh tidak valid, maka disarankan untuk menghapus atau menggantinya karena dianggap tidak relevan (Purnomo, 2018). Suatu data dianggap valid jika nilai *r*-hitung, yang merupakan hasil dari korelasi item yang diperbaiki dan korelasi total, lebih besar dari nilai *r*-tabel pada tingkat signifikansi 0.05 (5%) (Williams dan McGonagle, 2016).

- Validitas Konvergen (*Convergent Validity*): Uji validitas konvergen merupakan evaluasi terhadap indikator-indikator variabel untuk membuktikan struktur dasarnya dan bertujuan untuk menilai sejauh mana konsep dalam penelitian tersebut sesuai atau tidak. Hair et al. (2018) menjelaskan bahwa untuk mengukur validitas konvergen, penilaian yang umum digunakan adalah menggunakan standar AVE (*Average Variance Extracted*). Selain itu, nilai rata-rata analisis validitas (AVE) pada setiap variabel seharusnya melebihi 0,50 agar memastikan kestabilan nilai validitas.
- Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*): Uji validitas diskriminan memiliki tujuan yang berkebalikan dengan uji validitas konvergen. Uji validitas diskriminan digunakan untuk mengukur sejauh mana ketepatan setiap variabel dan terjadi ketika indikator dari setiap variabel berbeda dari masing-masing variabel konstruk yang tidak memiliki korelasi tinggi (Hair et al., 2014). Oleh karena itu, nilai loading pada indikator yang berkaitan dengan hubungan konstruk harus lebih besar daripada nilai loading pada konstruk lainnya.

b. Analisis Reliabilitas

- Untuk mendapatkan hasil kuesioner yang dapat dianggap reliabel, penting bahwa jawaban atau tanggapan responden terhadap pernyataan indikator dalam kuesioner tersebut tetap konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Oleh karena itu, pengujian reliabilitas memiliki signifikansi karena mencerminkan konsistensi dari seluruh instrumen kuesioner, dan merupakan pengujian yang menghasilkan pengukuran yang akurat dan tepat.

- Uji Cronbach's Alpha: Uji Cronbach's alpha bertujuan untuk menunjukkan seberapa baik hubungan positif antara setiap indikator satu dengan indikator lainnya. Rentang nilai Cronbach's alpha berkisar dari 0 hingga 1, di mana 0 menandakan adanya bias dan 1 menandakan sebaliknya. Jika nilai uji Cronbach's alpha mendekati 1, tingkat reliabilitas konsistensi internalnya semakin tinggi. Hair et al., (2014), menyatakan bahwa nilai Cronbach's alpha seharusnya lebih besar dari 0,6.

Uji Composite Reliability: Uji Composite Reliability digunakan untuk menilai ketepatan dan stabilitas setiap indikator variabel, dengan nilai yang berkisar antara 0 hingga 1. Tingkat reliabilitas dianggap tinggi ketika nilai mendekati 1. Menurut Hair et al., (2010), nilai standar atau nilai minimum dari uji Composite Reliability dalam penelitian ini dianggap dapat diterima dan konsisten reliabel jika nilainya sebesar 0,6 atau lebih besar dari 0,7.

2. Inner Model

Setelah model memenuhi kriteria model eksternal, langkah selanjutnya adalah menguji model struktural (model internal). Pengujian model struktural (internal model) bertujuan untuk memprediksi dan mengetahui pengaruh atau hubungan signifikan antara masing-masing variabel independen dan dependen serta menguji nilai hipotesis penelitian menggunakan R-squared.

A. Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien R-squared (R²) Jika Anda menggunakan Partial Least Squares (PLS) untuk mengevaluasi suatu model penelitian, Anda dapat memeriksanya menggunakan R-squared. Untuk menentukan derajat ketelitian, atau tinggi rendahnya nilai koefisien determinasi (R²), R-squared berisi angka-angka yang berkisar antara 0 sampai 1. Koefisien determinasi (R²) bertujuan untuk mengetahui dan mengukur seberapa besar pengaruh masing-masing variabel bebas (variabel) menjelaskan variasi variabel terikat (variabel Y). Hair et al., (2017: 209) menjelaskan bahwa nilai R² dibagi menjadi tiga kelompok dengan menggunakan metode Partial Least Square (PLS). Yaitu: - Nilai R² 0,7 = besar

(kuat/signifikan) - Nilai R^2 0,5 = sedang (sedang/sedang) - Nilai R^2 0,25 = kecil (lemah)

B. Relevansi Prediktif (Q^2)

Relevansi Prediktif (Q^2) Relevansi Prediktif (Q^2) menentukan dan mengukur kemampuan seluruh variabel yang dimasukkan dalam suatu penelitian untuk memungkinkan model yang dibuat secara rekursif dalam memprediksi. Menurut Hare et al., (2017) menyatakan bahwa nilai (Q^2) berada di antara 0 sampai dengan 1. Dan jika nilai variabel laten (Q^2) lebih besar dari nol maka dapat digunakan dan mempunyai nilai penting untuk mengukur metode pengujian konfigurasi.

C. Effect size (F^2)

Effect Size (F^2) Effect Size (F^2) dimaksudkan untuk mengetahui kemampuan merespon R^2 jika suatu nilai konstruk tertentu dihilangkan dalam suatu metode pengujian. Analisis effect size (F^2) memegang peranan penting dan diperlukan dalam penelitian untuk mengukur hasil pengujian secara akurat dengan menguji apakah pengaruh suatu variabel terhadap variabel lainnya signifikan. rambut dll. (2014: 198) menyatakan bahwa pengukuran effect size (F^2) dapat dibagi menjadi tiga kategori. Artinya, - nilai 0,35 = besar - nilai 0,15 = sedang - nilai 0,02 = kecil

D. Path coefficient

Koefisien jalur bertujuan untuk mengetahui pengaruh kemampuan pada variabel independen terhadap variabel dependen. Menurut Helm dkk (2009) Hare dkk. (2014) menyatakan bahwa nilai koefisien jalur berada di antara -1 dan +1. Nilai koefisien jalur mendekati +1 berarti terdapat hubungan yang positif dan signifikan secara statistik antar variabel. Sebaliknya jika nilainya mendekati -1 berarti tidak ada hubungan yang signifikan. Pengujian signifikansi suatu hipotesis dapat dilakukan dengan menguji t-statistik dengan menggunakan metode bootstrap. Metode ini memiliki kemampuan untuk mengukur nilai p. Hair et al (2017: 206) menyatakan bahwa hasil penelitian signifikan jika tingkat signifikansinya setara dengan 5% atau 0,05.

E. Pengujian Hipotesis

Uji Hipotesis Pengujian hipotesis menggunakan Partial Least Squares (PLS) dengan bootstrapping digunakan untuk mengetahui apakah suatu variabel independen (variabel X) dapat memprediksi signifikan secara parsial terhadap variabel dependen (variabel Y) (Hair et al.(2014: 203). Oleh karena itu, ketentuan berikut berlaku untuk pengujian ini: - Jika t-statistik lebih besar dari 1,96 dan nilai p tidak lebih besar dari 0,05, hipotesis dapat diterima. Artinya variabel independen mempunyai hubungan yang signifikan terhadap variabel dependen. – Jika t-statistik <1,96 dan p-value lebih besar dari 0,05 maka hipotesis ditolak. Artinya variabel independen tidak mempunyai hubungan yang signifikan terhadap variabel dependen.

5.Uji Statistik Deskriptif

(Herman, 2018) menyatakan bahwa analisis ini bertujuan untuk mendeskripsikan data yang diteliti, baik data individu (individu) maupun kelompok. Tujuannya adalah untuk memahami fakta dan hubungan yang ada secara sistematis dan akurat.

BAB IV

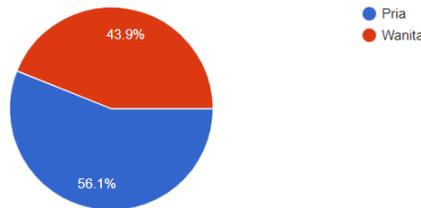
HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Subjek Penelitian

Bagian ini akan menjelaskan mengenai informasi yang diberikan oleh 125 karyawan fitness first sebagai responden melalui kuesioner yang telah diisi. Karakteristik yang terdapat dalam subjek penelitian terdiri dari jenis kelamin, usia, asal cabang fitness first. Berikut ini merupakan gambar diagram lingkaran yang mencakup seluruh karakteristik dari responden yang ada.

1. Jenis Kelamin

Berdasarkan gambar 4.1 dibawah mengenai Jenis Kelamin responden terdapat 74 Pria (56,1%), dan 58 Wanita (43,9%)

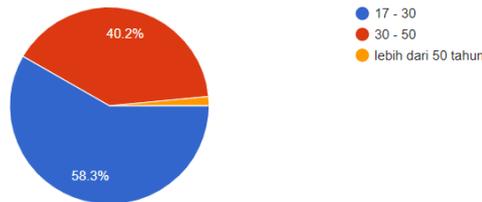


Gambar 4.1 Jenis Kelamin Karyawan PT.Fitness First

Sumber: Hasil pengolahan kuisioner

2. Usia

Berdasarkan gambar 4.2 dibawah mengenai Umur pekerja PT Fitness First terdapat 77 orang yang berusia 17 – 30 tahun (58,3%), dan 53 orang yang berusia 30-50 tahun (40,2%) dan 2 orang berusia lebih dari 50 tahun (1,5%)

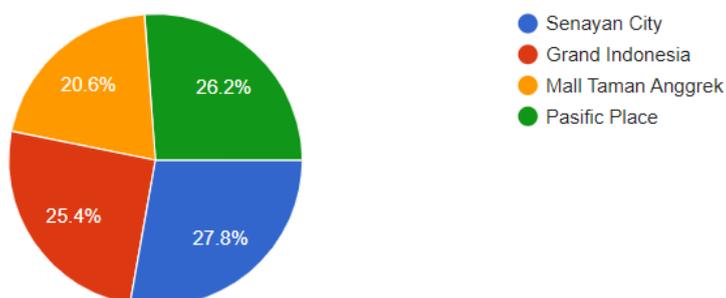


Gambar 4.2 Usia Karyawan PT.Fitness First

Sumber: Hasil pengolahan kuisisioner

3. Asal Cabang Fitness First

Berdasarkan gambar 4.3 dibawah mengenai Asal Cabang Fitness First responden terdapat Senayan City 35 (27.8%), Grand Indonesia 32 (25,4%), Mall Taman Anggrek 26 (20,6%) , Pasific Place 34 (26,2%)



Gambar 4.3 Asal Cabang Fitness First

Sumber: Hasil pengolahan kuisisioner

B. Deskripsi Objek Penelitian

Deskripsi objek penelitian ini berdasarkan pada tanggapan yang diberikan oleh 125 responden. Mereka mengisi kuesioner yang dibuat oleh peneliti yang mencakup variabel-variabel Social Media Usage, Perceived task Interdependence, Participative Leadership, work engagement dan employe creativity. Hasilnya adalah sebagai berikut :

1. Social Media Usage

Berikut di bawah ini merupakan rangkuman hasil tanggapan responden dari setiap indikator pada variabel Social Media Usage. Berdasarkan hasil dari tanggapan responden yang ada pada tabel 4.1, jawaban terbanyak yang dipilih terhadap pernyataan yang ada adalah setuju. Indikator SMU1 (3,915) merupakan pernyataan dengan nilai *mean* tertinggi, sedangkan SMU 2 & SMU 5 (3,814) merupakan pernyataan dengan nilai *mean* terendah.

Tabel 4.1

Deskripsi Objek Penelitian Social Media Usage

Kode	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS	Mean
		Bobot					
		1	2	3	4	5	
SMU1	Seberapa sering anda menggunakan media sosial dalam satu periode waktu tertentu ?	2	18	15	48	46	3,915
SMU2	Apakah Media Sosial dapat digunakan sebagai bagian pekerjaan, networking profesional, atau keperluan pribadi anda ?	1	21	16	54	37	3,814
SMU3	Apakah media Sosial dapat dilakukan untuk meningkatkan Efisiensi Kerja anda?	2	19	18	47	43	3,853
SMU4	Apakah kreativitas anda berpengaruh pada Social media usage ?	0	17	19	52	41	3,907
SMU5	Apakah Social media usage berpengaruh pada produktivitas anda ?	2	18	19	53	37	3,814

Sumber: Hasil pengolahan kuisisioner

2. Perceived Task Interdependence

Berikut di bawah ini merupakan rangkuman hasil tanggapan responden dari setiap indikator pada variabel Perceived Task Interdependence. Berdasarkan

hasil dari tanggapan responden yang ada pada tabel 4.2, jawaban terbanyak yang dipilih terhadap pernyataan yang ada adalah sangat setuju. Indikator PTI 1 (3,399) merupakan pernyataan dengan nilai *mean* tertinggi, sedangkan PTI 4 (3,550) merupakan pernyataan dengan nilai *mean* terendah.

Tabel 4.2
Deskripsi Objek Penelitian Perceived Task Interdependence

Kode	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS	Mean
		Bobot					
		1	2	3	4	5	
PTI1	Apakah dengan bekerja sama antar karyawan mampu mempercepat pencapaian tujuan dalam pekerjaan anda ?	2	14	12	68	33	3,899
PTI2	Apakah bekerja sama antar karyawan mampu berjalan sesuai dengan rencana pekerjaan dengan akurat ?	2	18	26	48	35	3,744
PTI3	Apakah bekerja sama antar karyawan dapat meningkatkan efektif dan keefisienan dalam kinerja anda ?	3	23	23	47	33	3,651
PTI4	Apakah bekerja sama antar karyawan menjadikan anda bergantung terhadap rekan kerja anda ?	5	25	26	40	33	3,550
PTI5	Apakah bekerja sama antar karyawan pada PT Fitness First dapat memecahkan masalah dalam pekerjaan ?	1	21	29	41	37	3,713

Sumber: Hasil pengolahan kuisioner

3. Participative Leadership

Berikut di bawah ini merupakan rangkuman hasil tanggapan responden dari setiap indikator pada variabel Participative Leadership. Berdasarkan hasil dari tanggapan responden yang ada pada tabel 4.3, jawaban terbanyak yang dipilih terhadap pernyataan yang ada adalah sangat setuju. Indikator PL 5 (4,085) merupakan pernyataan dengan nilai *mean* tertinggi, sedangkan PL 3 (2,930) merupakan pernyataan dengan nilai *mean* terendah.

Tabel 4.3
Deskripsi Objek Penelitian Participative Leadership

Kode	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS	Mean
		Bobot					
		1	2	3	4	5	
PL1	Apakah Participative leadership pada PT Fitness First mampu memberikan ide, saran, atau usulan bagi karyawan	1	18	10	54	46	3,977
PL2	Apakah metode Participative leadership pada PT Fitness First melibatkan anda dalam berdiskusi ?	0	18	11	54	46	3,992
PL3	Apakah Participative leadership pada PT Fitness First membuat pemimpin anda lebih terbuka kepada anda ?	0	21	11	53	44	2,930
PL4	Apakah Participative leadership pada PT Fitness First membuat pemimpin anda mampu memberikan kepercayaan kepada anda ?	1	20	9	60	39	3,899
PL5	Apakah Participative leadership pada PT Fitness First membuat pemimpin anda memberikan kesempatan untuk anda lebih bebas dalam berkreativitas ?	1	14	15	42	57	4,085

Sumber: Hasil pengolahan kuisisioner

4. Work Engagement

Berikut di bawah ini merupakan rangkuman hasil tanggapan responden dari setiap indikator pada variabel Work Engagement. Berdasarkan hasil dari tanggapan responden yang ada pada tabel 4.4, jawaban terbanyak yang dipilih terhadap pernyataan yang ada adalah sangat setuju. Indikator WE 3 (4,078) merupakan pernyataan dengan nilai *mean* tertinggi, sedangkan WE 2 (3,767) merupakan pernyataan dengan nilai *mean* terendah.

Tabel 4.4
Deskripsi Objek Penelitian Work Engagement

Kode	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS	Mean
		Bobot					
		1	2	3	4	5	
WE1	Saya slalu merasa semangat dalam menjalankan pekerjaan saya	1	15	19	52	46	3,922
WE2	Saya selalu diberi kesempatan terlibat dalam proses pengambilan keputusan	1	15	29	52	46	3,767
WE3	Saya selalu bertanggung jawab dan memerhatikan hasil kerja saya	0	14	16	45	44	4,078
WE4	Saya merasa mendapat dukungan dari atasan saya sehingga dapat membantu dalam memberikan kontribusi pada kreativitas dan inovasi.	0	13	24	44	399	3,984

WE5	Adanya Interaksi sosial untuk berbagi ide, pandangan, dan pendapat sehingga dapat meningkatkan rasa semangat terhadap pekerjaan dan memberikan kontribusi pada kreativitas dan inovasi.	0	16	14	52	57	4,008
-----	---	---	----	----	----	----	-------

Sumber: Hasil pengolahan kuisisioner

5. Employee Creativity

Berikut di bawah ini merupakan rangkuman hasil tanggapan responden dari setiap indikator pada variabel Employee Creativity. Berdasarkan hasil dari tanggapan responden yang ada pada tabel 4.5, jawaban terbanyak yang dipilih terhadap pernyataan yang ada adalah sangat setuju. Indikator WE 5 (4,062) merupakan pernyataan dengan nilai *mean* tertinggi, sedangkan WE 4 (3,953) merupakan pernyataan dengan nilai *mean* terendah

Tabel 4.5 Deskripsi Objek Penelitian Employee Creativity

Kode	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS	Mean
		Bobot					
		1	2	3	4	5	
WE1	Saya mampu dalam memberikan Kontribusi Inovatif dalam pekerjaan saya.	1	19	30	40	39	3,752
WE2	Saya mampu mengimplemetasikan Ide saya dalam pekerjaan saya.	1	15	37	39	37	3,744
WE3	Saya mampu berpikir kreatif dan menghasilkan ide-ide baru atau solusi yang inovatif.	0	17	14	57	41	3,946

WE4	Saya mampu beradaptasi dan terus belajar untuk mengembangkan keterampilan saya agar dapat beradaptasi dengan perubahan di sekitar.	1	13	17	58	40	3,953
WE5	Saya mampu dalam dalam memberikan sikap positif terhadap perubahan dan kesiapan untuk menghadapi tantangan baru dengan semangat.	0	13	13	56	47	4,062

Sumber: Hasil pengolahan kuisioner

C. Hasil Analisa Data

Hasil analisis data penelitian ini akan dijelaskan secara rinci dalam bagian ini. Tahapan pengujian yang dilakukan adalah pada model struktural (*inner model*), yang mencakup pemeriksaan koefisien determinasi (R^2), *predictive relevance* (Q-square), pengujian koefisien jalur (*path coefficients*), *effect size* (f^2), pengujian signifikansi (*p-values* dan t statistik), serta pengujian mediasi.

1. Outer Model

Dalam *outer model* ini akan mengevaluasi dari hasil validitas konstruk dan reliabilitas instrumen. Dalam penelitian ini uji validitas diukur menggunakan validitas konvergen (*convergent validity*), validitas diskriminan (*discriminant validity*) serta hasil dari *Average Variance Extracted* (AVE). Sedangkan uji reliabilitas diukur melalui *cronbach's alpha* dan *composite reliability*.

a) Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)

Tabel 4.6 Outer Loading

Indikator	X1	X2	X3	Y	Z
EC1				0.850	
EC2				0.857	
EC3				0.899	
EC4				0.877	
EC5				0.836	
PL1			0.810		
PL2			0.879		
PL3			0.849		

PL4			0.870		
PL5			0.878		
PTI1		0.823			
PTI2		0.816			
PTI3		0.884			
PTI4		0.859			
PTI5		0.820			
SMU1	0.765				
SMU2	0.822				
SMU3	0.853				
SMU4	0.892				
SMU5	0.814				
WE1					0.874
WE2					0.854
WE3					0.874
WE4					0.870
WE5					0.883

Sumber: Hasil Pengolahan Data SmartPLS 4.0.9.8 (2023)

Berdasarkan hasil outer loading pada Tabel 4.6 menunjukkan bahwa memiliki nilai loading Variabel penelitian dinyatakan valid dikarenakan memiliki nilai *loading factor* yang lebih lebih besar dari 0,70 ($> 0,70$) sehingga dinyatakan memenuhi syarat.

b) Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*)

Tabel 4.7 Cross Loading

Indikator	X1	X2	X3	Y	Z
EC1	0.567	0.633	0.579	0.850	0.690
EC2	0.459	0.633	0.498	0.857	0.599
EC3	0.626	0.627	0.716	0.899	0.716
EC4	0.501	0.651	0.626	0.877	0.650
EC5	0.541	0.641	0.671	0.836	0.659
PL1	0.445	0.662	0.810	0.534	0.635
PL2	0.558	0.641	0.879	0.516	0.695
PL3	0.555	0.556	0.849	0.691	0.758
PL4	0.567	0.607	0.870	0.669	0.685
PL5	0.627	0.536	0.878	0.646	0.712
PTI1	0.536	0.823	0.679	0.662	0.724
PTI2	0.476	0.816	0.518	0.616	0.549
PTI3	0.421	0.884	0.546	0.571	0.534
PTI4	0.380	0.859	0.530	0.597	0.545

PTI5	0.389	0.820	0.628	0.636	0.540
SMU1	0.765	0.370	0.514	0.455	0.538
SMU2	0.822	0.357	0.488	0.435	0.542
SMU3	0.853	0.403	0.528	0.558	0.585
SMU4	0.892	0.500	0.508	0.550	0.561
SMU5	0.814	0.549	0.629	0.584	0.578
WE1	0.625	0.574	0.732	0.663	0.874
WE2	0.555	0.632	0.703	0.662	0.854
WE3	0.572	0.646	0.721	0.660	0.874
WE4	0.576	0.542	0.678	0.692	0.870
WE5	0.617	0.635	0.718	0.673	0.883

Sumber: Hasil Pengolahan Data SmartPLS 4.0.9.8 (2023)

Berdasarkan hasil outer loading pada Tabel 4.7 menyatakan bahwa nilai yang valid pada setiap indikator terhadap variabelnya.

c) *Average Variance Extracted (AVE)*

Tabel 4.8 Average Variance Extracted

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)
(X1) Social Media Usage	0,689
(X2) Perceived Task Interdependence	0,707
(X3) Participative Leadership	0,735
(Y) Employee Creativity	0,746
(Z) Work Engagement	0,759

Sumber: Hasil Pengolahan Data SmartPLS 4.0.9.8 (2023)

Dari informasi yang tertera pada Tabel 4.6, dapat disimpulkan bahwa nilai Average Variance Extracted (AVE) dari setiap variabel melebihi 0,5, sesuai dengan kriteria yang ditetapkan.

d) **Cronbach's Alpha**

Tabel 4.9 Cronbach's Alpha

Variabel	Cronbach's Alpha
(X1) Social Media Usage	0,887
(X2) Perceived Task Interdependence	0,896
(X3) Participative Leadership	0,910
(Y) Employee Creativity	0,915
(Z) Work Engagement	0,920

Sumber: Hasil Pengolahan Data SmartPLS 4.0.9.8 (2023)

Dari informasi yang tertera pada Tabel 4.7 di atas menunjukkan bahwa dari masing-masing variabel nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,7 yang dinyatakan memenuhi kriteria sehingga mempunyai reliabilitas yang baik.

e) **Composite Reliability**

Tabel 4.10 Composite Reliability

Variabel	Composite Reliability
(X1) Social Media Usage	0,917
(X2) Perceived Task Interdependence	0,923
(X3) Participative Leadership	0,933
(Y) Employee Creativity	0,936
(Z) Work Engagement	0,940

Sumber: Hasil Pengolahan Data SmartPLS 4.0.9.8 (2023)

Dari informasi yang tertera pada Tabel 4.8 yang telah disajikan, dapat diperlihatkan bahwa nilai composite reliability untuk setiap variabel konstruk melebihi 0,7. Kesimpulan yang dapat diambil adalah bahwa uji reliabilitas ini dapat diterima.

2. Inner Model

Setelah menyelesaikan proses analisis model pengukuran (outer model analysis) dengan menguji validitas dan reliabilitas, langkah berikutnya adalah menjalani analisis model struktural (inner model analysis). Hal ini melibatkan evaluasi menggunakan kriteria seperti koefisien determinasi (R^2), relevansi prediktif (Q^2), effect size (f^2), dan pengujian hipotesis.

a) **Uji Koefisien Determinan (R^2)**

Pengujian koefisien determinasi dijalankan guna menilai seberapa tepat atau signifikannya dampak yang diberikan oleh variabel bebas, dalam hal ini adalah pendidikan kewirausahaan, terhadap variabel terikat, yakni keinginan untuk berwirausaha. Tabel 4.6 yang tercantum di bawah ini memaparkan hasil dari pemeriksaan koefisien determinasi (R^2) yang dilaksanakan pada 125 partisipan.

Tabel 4.11
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Variabel	<i>R-Square (R²)</i>
Employee Creativity	0.686
Work Engagement	0.727

Sumber: Hasil Pengolahan Data SmartPLS 4.0.9.8 (2023)

Berdasarkan nilai dari hasil uji koefisien determinasi (R²) pada tabel 4.9, menunjukkan nilai R² pada variabel Employee Creativity sebesar 0,686 yang berarti 68,6% dari variabel employee creativity dipengaruhi oleh social media usage, perceived task interdependence, dan participative leadership. Variabel work engagement sebesar 0,727 yang berarti sebesar 72,7% dipengaruhi oleh social media usage, perceived task interdependence, dan participative leadership. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa nilai koefisien determinasi pada variabel social media usage, perceived task interdependence, dan participative leadership tergolong kuat. Dari data yang ada dapat disimpulkan bahwa nilai R² pada variabel Employee Creativity dan Work Engagement cukup signifikan.

b) *Predictive relevance (Q²)*

Pengujian *predictive relevance(Q²)* merupakan metode evaluasi yang digunakan untuk menilai sejauh mana observasi yang ada atau kemampuan model dalam melakukan prediksi yang akurat dengan mengaplikasikan teknik blindfolding dan mengamati nilai Q² yang tercapai. Sebuah model dikatakan memiliki kemampuan prediksi yang memadai apabila nilai Q² > 0, sementara model dengan nilai Q² < 0 dianggap tidak efektif dalam membuat prediksi yang akurat.

Tabel 4.12 Hasil Predictive Relevance (Q²)

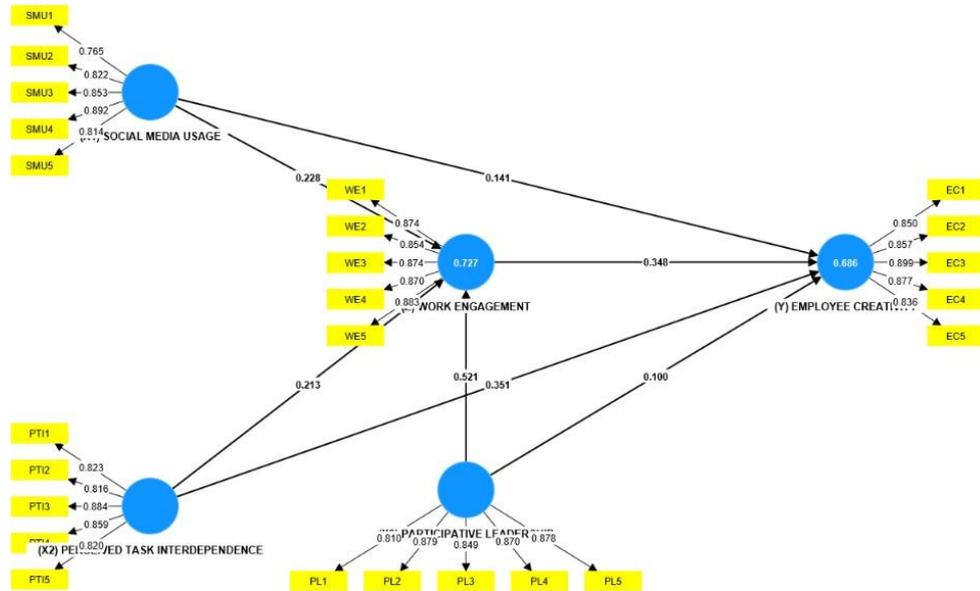
Variabel	<i>Q-Square (Q²)</i>
Employee Creativity	0.627
Work Engagement	0.694

Sumber: Hasil Pengolahan Data SmartPLS 4.0.9.8 (2023)

Berdasarkan hasil pengujian *predictive relevance (Q²)* pada tabel 4.10, nilai Q² Employee Creativity sebesar 0,627 dan Work Engagement 0,694, telah memenuhi syarat > 0. Dapat disimpulkan bahwa model prediksi yang dihasilkan baik.

c) *Path Coefficients*

Uji *path coefficients* merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui hubungan antar variabel dan tingkat signifikansi pada pengujian hipotesis. Gambar di bawah ini pada gambar 4.11 merupakan hasil dari pengujian *path coefficients* menggunakan *PLS-SEM*.



Gambar 4.4 Path Coefficients

Sumber: Hasil Pengolahan Data SmartPLS 4.0.9.8 (2023)

Pada gambar 4.4 menunjukkan nilai t-statistik dari setiap indikator dan nilai t-statistik antar variabel yang ada. Berdasarkan gambar tersebut, berikut rangkuman mengenai hasil *bootstrapping* dapat dilihat pada tabel 4.11.

Tabel 4.13 Hasil Pengujian Bootstrapping

Variabel	<i>Path Coefficients</i>	<i>T-statistics</i>	<i>P-Values</i>
(X1) Social Media Usage > (Y) Employee Creativity	0,141	1,721	0,086
(X1) Social Media Usage > (Z) Work Engagement	0,228	2,830	0,005
(X2) Perceived Task Interdependence > (Y) Employee Creativity	0,351	3,950	0,000
(X2) Perceived Task Interdependence > (Z) Work Engagement	0,213	1,998	0,046

(X3) Participative Leadership > (Y) Employee Creativity	0,100	0,943	0,346
(X3) Participative Leadership > (Z) Work Engagement	0,521	4,658	0,000
(Z) Work Engagement > (Y) Employee Creativity	0,348	3,515	0,000

Sumber: Hasil Pengolahan Data SmartPLS 4.0.9.8 (2023)

Berdasarkan tabel 4.12 diatas dapat disimpulkan bahwa hubungan Yang Pertama Social Media Usage terhadap Employee Creativity memiliki nilai t sebesar 1,721 dan p values sebesar 0,086 yang artinya $t > 1,96$ maka hipotesis ditolak dan nilai $p > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen berdampak negatif pada variabel dependen. Yang kedua Social Media Usage terhadap Work Engagement memiliki nilai t sebesar 2,830 dan p values sebesar 0,005 yang artinya $t < 1,96$ dan $p > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen terhadap variabel mediasi memiliki dampak positif dan signifikan. Yang ketiga Perceived Task Interdependence terhadap Employee Creativity memiliki nilai t sebesar 3,950 dan p 0,000 yang artinya $t < 1,96$ dan $p > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen terhadap variabel mediasi memiliki dampak positif dan signifikan. Yang Keempat Perceived Task Interdependence terhadap Work Engagement memiliki nilai t sebesar 1,998 dan p values sebesar 0,046 yang artinya $t < 1,96$ dan $p > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen terhadap variabel mediasi memiliki dampak positif dan signifikan. Yang kelima Participative Leadership terhadap Employee Creativity memiliki nilai t sebesar 0,943 dan p sebesar 0,346 yang artinya $t > 1,96$ dan $p > 0,05$ maka hipotesis ditolak dapat disimpulkan bahwa variabel independen berdampak negatif pada variabel dependen. Yang keenam Participative Leadership terhadap Work Engagement memiliki nilai t sebesar 4,658 dan p 0,000 yang artinya $t < 1,96$ dan $p > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen terhadap variabel mediasi memiliki dampak positif dan signifikan. Yang terakhir Work Engagement terhadap Employee Creativity memiliki nilai t sebesar 3,515 dan p 0,000 yang artinya $t < 1,96$ dan $p > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen terhadap variabel mediasi memiliki dampak positif dan signifikan.

d) Uji Mediasi (*Partial Mediation* atau *Full Mediation*)

Selanjutnya, pengujian analisis mediasi (Z) dilakukan untuk menentukan apakah mediasi dalam penelitian ini termasuk full mediation atau partial mediation. Pengujian ini dijalankan dengan membandingkan efek langsung (*direct effect*) dan efek tidak langsung (*indirect effect*) menggunakan metode pengujian satu arah (one tail) melalui teknik bootstrapping. Tabel 4.9 berikut ini menampilkan hasil perbandingan antara efek langsung dan tidak langsung.

Tabel 4.14
Hasil Uji Mediasi

Hubungan	Hipotesis	Hasil Path Coefficients (β) dan signifikansi	Peran Variabel Mediasi
<i>Direct effect</i>	Social Media Usage > Employee Creativity	Positif dan Tidak Signifikan	Partial Mediation
<i>Direct effect</i>	Social Media Usage > Work Engagement	Positif dan Signifikan	
<i>Direct effect</i>	Perceived Task Interdependence > Employee Creativity	Positif dan Signifikan	
<i>Direct effect</i>	Perceived Task Interdependence > Work Engagement	Positif dan Signifikan	
<i>Direct effect</i>	Participative Leadership > Employee Creativity	Positif dan Tidak Signifikan	
<i>Direct effect</i>	Participative Leadership > Work Engagement	Positif dan Signifikan	
<i>Direct effect</i>	Work Engagement > Employee Creativity	Positif dan Signifikan	

Sumber: Hasil Pengolahan Data SmartPLS 4.0.9.8 (2023)

	Sampel asli (O)	Rata-rata sampel (M)	Standar deviasi (STDEV)	T statistik (O/STDEV)	Nilai P (P values)
(X1) SOCIAL MEDIA USAGE -> (Z) WORK ENGAGEMENT -> (Y) EMPLOYEE CREATIVITY	0.079	0.085	0.037	2.164	0.031
(X2) PERCEIVED TASK INTERDEPENDENCE -> (Z) WORK ENGAGEMENT -> (Y) EMPLOYEE CREATIVITY	0.074	0.074	0.037	2.015	0.044
(X3) PARTICIPATIVE LEADERSHIP -> (Z) WORK ENGAGEMENT -> (Y) EMPLOYEE CREATIVITY	0.181	0.196	0.083	2.193	0.029

e) *Effect Size* (f^2)

Pengujian *Effect Size* (f^2) merupakan prosedur analitis yang bertujuan untuk menilai seberapa signifikan atau seberapa kecil dampak yang dihasilkan oleh variabel prediktor dalam suatu studi. Tabel 4.10 yang disajikan di bawah ini mencatat hasil dari pengujian *effect size* (f^2) tersebut.

Tabel 4.15
Hasil Uji Effect Size (f^2)

Variabel	<i>Effect Size</i> (f^2)
Social Media Usage > Employee Creativity	0.033
Social Media Usage > Work Engagement	0.109
Perceived Task Interdependence > Employee Creativity	0.183
Perceived Task Interdependence > Work Engagement	0.084
Participative Leadership > Employee Creativity	0.009
Participative Leadership > Work Engagement	0.406
Work Engagement > Employee Creativity	0.105

Sumber: Hasil Pengolahan Data SmartPLS 4.0.9.8 (2023)

Berdasarkan hasil dari uji *Effect Size* (f^2) pada tabel 4.14, Dari hasil uji ukuran *effect size*, dapat disimpulkan bahwa pengaruh Social Media Usage, dan Participative Leadership memiliki pengaruh yang minimal terhadap Employee Creativity namun memiliki pengaruh yang lebih signifikan terhadap work Enggaement. Perceived Task Usage berkontribusi secara signifikan terhadap minat berwirausaha. Meskipun pengaruh pengetahuan kewirausahaan

terhadap efikasi diri tidak sekuat terhadap minat berwirausaha, masih terdapat dampak yang berarti. Berdasarkan hal tersebut membuktikan bahwa Work Engagement muncul sebagai variabel penting yang mempengaruhi Employee Creativity, menunjukkan bahwa keyakinan individu dalam work engagement adalah faktor penting dalam membangun kreativitas.

f) Uji Hipotesis (*Significance*)

Uji hipotesis merupakan proses pengujian untuk menentukan apakah sebuah hipotesis signifikan atau tidak. Proses ini dapat dilakukan dengan memeriksa nilai-nilai t-statistik atau *p-values* yang diperoleh setelah melaksanakan proses *bootstrapping*.

H1 : Social Media Usage tidak berpengaruh signifikan terhadap Employee Creativity

Berdasarkan hasil pengujian *path coefficients* dengan menggunakan *bootstrapping* pada tabel 4.8, hipotesis pertama menunjukkan nilai t-statistik 1,721 dan p values sebesar 0,086 yang artinya $t > 1,96$ maka hipotesis ditolak dan nilai $p > 0,05$ Hal ini menjelaskan bahwa H1 ditolak. Original sample menunjukkan nilai 0,141, dapat ditarik kesimpulan bahwa Social Media Usage berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Employee Creativity

H2 : Social Media Usage dapat berpengaruh signifikan terhadap Work Engagement

Berdasarkan hasil pengujian *path coefficients* dengan menggunakan *bootstrapping* pada tabel 4.8, hipotesis kedua nilai t-statistik 2,830 dan p values sebesar 0,005 yang artinya $t < 1,96$ dan $p > 0,05$ maka Hal ini menjelaskan bahwa H2 diterima. Original sample menunjukkan nilai 0.228, dapat ditarik kesimpulan bahwa Social Media Usage dapat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Work Engagement

H3 : Perceived Task Interdependence tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Employee Creativity

Berdasarkan hasil pengujian *path coefficients* dengan menggunakan *bootstrapping* pada tabel 4.8, hipotesis ketiga nilai t-statistik 3,950 dan p 0,000 yang artinya $t < 1,96$ dan $p > 0,05$ maka Hal ini menjelaskan bahwa H3 diterima. Original sample menunjukkan nilai 0.351, dapat ditarik kesimpulan bahwa Perceived Task

Interdependence berpengaruh positif dan signifikan terhadap Employee Creativity.

H4 : Perceived Task Interdependence dapat berpengaruh signifikan terhadap Work Engagement

Berdasarkan hasil pengujian *path coefficients* dengan menggunakan *bootstrapping* pada tabel 4.8, hipotesis keempat nilai t-statistik 1,998 dan p values sebesar 0,046 yang artinya $t < 1,96$ dan $p > 0,05$ maka Hal ini menjelaskan bahwa H4 diterima. Original sample menunjukkan nilai 0.213, dapat ditarik kesimpulan bahwa Perceived Task Interdependence berpengaruh positif dan signifikan terhadap Work Engagement.

H5 : Participative Leadership tidak berpengaruh signifikan terhadap Employee Creativity

Berdasarkan hasil pengujian *path coefficients* dengan menggunakan *bootstrapping* pada tabel 4.8, hipotesis kelima nilai t-statistik 0,943 dan p sebesar 0,346 yang artinya $t > 1,96$ dan $p > 0,05$ Hal ini menjelaskan bahwa H5 ditolak. Original sample menunjukkan nilai 0,100, dapat ditarik kesimpulan bahwa Participative Leadership negatif dan tidak signifikan terhadap Employee Creativity

H6 : Participative Leadership dapat berpengaruh signifikan terhadap Work Engagement

Berdasarkan hasil pengujian *path coefficients* dengan menggunakan *bootstrapping* pada tabel 4.8, hipotesis keenam nilai t-statistik 4,658 dan p 0,000 yang artinya $t < 1,96$ dan $p > 0,05$ maka Hal ini menjelaskan bahwa H6 diterima. Original sample menunjukkan nilai 0.521, dapat ditarik kesimpulan bahwa Participative Leadership berpengaruh positif dan signifikan terhadap Work Engagement.

H7 : Work Engagement dapat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Employee Creativity

Berdasarkan hasil pengujian *path coefficients* dengan menggunakan *bootstrapping* pada tabel 4.8, hipotesis ketujuh nilai t-statistik 3,515 dan p 0,000 yang artinya $t < 1,96$ dan $p > 0,05$ maka Hal ini menjelaskan bahwa H7 diterima. Original sample menunjukkan nilai 0,348, dapat ditarik kesimpulan bahwa Work Engagement berpengaruh positif dan signifikan terhadap Employee Creativity.

H8 : Work engagement dapat memediasi social media usage dengan employee creativity

Berdasarkan data tabel , T statistic terdapat angka 2.164 dan nilai P value 0.031 yang dimana hipotesis tersebut telah diterima

H9: Work engagement dapat memediasi perceived task interdependence dengan employee creativity

Berdasarkan data tabel , T statistic terdapat angka 2.015 dan nilai P value 0.044 yang dimana hipotesis tersebut telah diterima

H10: Work engagement dapat memediasi participative leadership dengan employee creativity

Berdasarkan data tabel , T statistic terdapat angka 2.193 dan nilai P value 0.029 yang dimana hipotesis tersebut telah diterima

Tabel 4.16
Kesimpulan Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian

Hipotesis	Pernyataan Hipotesis	Hasil Pengujian
H1	Social media usage tidak berpengaruh signifikan terhadap employee creativity	Ditolak
H2	Social media usage dapat berpengaruh signifikan terhadap work engagement	Diterima
H3	Perceived task interdependence tidak berpengaruh secara signifikan terhadap employee creativity	Diterima
H4	Perceived task interdependence dapat berpengaruh signifikan terhadap work engagement	Diterima
H5	Participative leadership tidak berpengaruh signifikan terhadap employee creativity.	Ditolak
H6	Participative leadership dapat berpengaruh signifikan terhadap work engagement	Diterima

H7	Work Engagement dapat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Employee Creativity	Diterima
H8	Work engagement dapat memediasi hubungan antara social media usage dengan employee creativity	Diterima
H9	Work engagement dapat memediasi hubungan antara perceived task interdependence dengan employee creativity	Diterima
H10	Work engagement dapat memediasi hubungan antara participative leadership dengan employee creativity	Diterima

Sumber: Hasil Pengolahan Data SmartPLS 4.0.9.8 (2023)

D. Pembahasan

Hasil analisis data menunjukkan bahwa hipotesis pertama (H1), Social media usage tidak berpengaruh signifikan terhadap employee creativity, Social media yang merupakan suatu aspek yang diduga besar dalam menunjang employee creativity ternyata di PT Fitness First belum terbukti dapat secara signifikan berpengaruh terhadap employee creativity Pawel (2018) Terakhir, bertentangan dengan ekspektasi, tidak ada bukti signifikan bahwa Giustiniano dkk. (2016), banyaknya penggunaan teknologi komunikasi online memoderasi secara negatif saling ketergantungan antara pengumpulan pengetahuan dan kreativitas organisasi. hubungan antara kreativitas dan inovasi pribadi dimediasi oleh sosial online.

(H2) Social media usage terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap work engagement, karyawan PT Fitness First terbukti dapat menggunakan Social media usage sebagai sarana untuk meningkatkan Work engagement. Di era teknologi ini, social media memegang peran penting sebagai sarana banyak hal salah satunya adalah mempermudah bagi beberapa karyawan untuk berkomunikasi, sarana promosi, dan update tentang perusahaan dan Karyawan PT Fitness First dapat merasakan keterikatan dengan pekerjaan mereka melalui Social media usage. Heewon (2018) kualitas komunikasi perubahan terkait dengan sosial anonym penggunaan media untuk mencari informasi dan dukungan; kebebasan berbicara di tempat kerja dikaitkan dengan anonym penggunaan media sosial untuk mengekspresikan ide; manfaat yang dirasakan dan kepercayaan dari media sosial anonym berdampak positif pada penggunaannya; dan kualitas komunikasi perubahan dan kebebasan di tempat kerja pidato dikaitkan dengan komitmen afektif dan kepuasan kerja

(H3) Perceived Task Interdependence terbukti signifikan terhadap employee creativity, karyawan PT Fitness First terbukti dengan adanya perceived task interdependence, mereka menjalin komunikasi antar karyawan dan terjadilah peningkatan employee creativity. Perceived task interdependence terbukti dapat memberikan cara agar sesama karyawan dapat bertukar pikiran mengenai pekerjaannya dan sesama karyawan dapat meningkatkan employee creativitinya. Chenghao (2020), keterkaitan tugas saling ketergantungan memperkuat hubungan positif antara kemandirian kolektif dan kreativitas tim, jika tim dihadapkan pada tugas-tugas dengan saling ketergantungan yang tinggi, anggota tim mungkin akan terkena tugas tersebut lebih mungkin untuk berpartisipasi dalam proses kerja tim interpersonal dan proses kerja tim tugas, yang pada gilirannya akan memfasilitasi kreativitas tim.

(H4) perceived task interdependence terbukti signifikan terhadap work engagement pada karyawan PT Fitness First, Karyawan Fitness First berkaitan antara sesama karyawan yang membuat mereka bonding dan meningkatkan work engagement dalam perusahaan. Perceived task interdependence juga memberikan dampak yaitu karyawan saling terikat dan memotivasi satu sama lain untuk menyelesaikan tugas bersama secara kompak.

(H5) Participative Leadership tidak terbukti signifikan terhadap employee creativity, participative leadership adalah suatu aspek yang dapat memicu employee creativity, namun ternyata participative leadership belum bisa meningkatkan employee creativity dalam perusahaan PT Fitness First belum adanya komunikasi kreativitas yang menunjang antara karyawan dengan pemimpin, berdasarkan penelitian sebelumnya hasil kami menunjukkan bahwa interaksi kepemimpinan dan karakteristik tugas dalam konteks SMU tidak berpengaruh signifikan terhadap pegawai kreativitas (Lifan 2020)

(H6) Participative Leadership terbukti signifikan terhadap work engagement, PT Karyawan Fitness First memiliki Pemimpin yang dapat membuat karyawannya memiliki keterikatan terhadap pekerjaannya penelitian sebelumnya. Pemimpin mereka dapat memotivasi mereka dan membuat mereka menjadi lebih sungguh - sungguh terhadap pekerjaan mereka. (Simon 2019) Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepemimpinan partisipatif berhubungan positif dengan Work engagement karyawan.

(H7) Work engagement terbukti berpengaruh signifikan terhadap employee creativity, PT Fitness First Memiliki karyawan yang terikat dengan pekerjaannya dan mereka mencintai pekerjaannya, oleh karena itu mereka dapat memicu peningkatan kreativitas seorang karyawan dikarenakan keseriusan pekerjaan dan tekanan kerja yang dialami oleh karyawan. berdasarkan penelitian sebelumnya (K.Jnaneswar 2018) Work engagement secara individual memediasi hubungan antara kepemimpinan diri dan employee creativity.

(H8) Work engagement dapat memediasi hubungan antara social media usage dengan employee creativity Karyawan PT Fitness First. Social media usage yang dapat membuat karyawan melakukan kegiatan eksplorasi melalui sosial media dapat membebaskan karyawan dari rasa jenuh sehingga dapat meningkatkan work engagement dan work engagement yang dihasilkan dari social media usage dapat menggerakkan karyawan untuk berkreativitas dan meningkatkan employee creativity.

(H9) Work engagement dapat memediasi hubungan antara perceived task interdependence dengan employee creativity karyawan PT fitness first. Karyawan yang semakin bonding antara sesama karyawan dapat meningkatkan work engagement dan work engagement yang dihasilkan oleh perceived task interdependence dapat membuat karyawan saling berdiskusi dan berbagi tentang ide – ide dan dapat meningkatkan employee creativity

(H10) Work engagement dapat memediasi hubungan antara participative leadership dengan employee creativity pada karyawan PT Fitness First , pemimpin fitness first yang terbuka dan mengajak karyawannya untuk aktif membuat karyawan tersebut merasa dihargai dan didengar oleh karena itu dapat meningkatkan work engagement karyawan dan work engagement tersebut dapat membuat karyawan untuk mengembangkan ide- ide yang ada dan dapat meningkatkan employee creativity

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian dari Pengaruh Social Media Usage, Perceived Task Interdependence, Participative Leadership Terhadap Employee creativity Melalui Work engagement Di PT Fitness First, maka berikut kesimpulan dalam penelitian ini :

1. Pengaruh Sosial Media Usage tidak berpengaruh signifikan terhadap Employee Creativity PT Fitness First. Social media usage yang tidak terpadu tidak dapat memicu peningkatan employee creativity, maka dari itu sosial media tidak dapat mempengaruhi dan meningkatkan employee creativity
2. Pengaruh Sosial Media Usage dapat berpengaruh signifikan terhadap Work Engagement PT Fitness First. Social media usage dapat memberikan keterikatan kerja pada karyawan PT Fitness First maka dari itu , Social media usage dapat meningkatkan engagement karyawan dalam pekerjaan.
3. Perceived task interdependence berpengaruh secara signifikan terhadap Employee Creativity PT Fitness First. Perceived task interdependence ternyata dapat memberikan dampak yang berpengaruh pada employee creativity, karyawan PT Fitness First dapat berdiskusi, bertukar pikiran dalam pekerjaan untuk mencapai tujuan bersama dan dapat meningkatkan kreativitas mereka
4. Perceived task interdependence dapat berpengaruh signifikan terhadap Work Engagement karyawan PT Fitness First. Perceived task interdependence dapat memberikan dampak yaitu sesama rekan kerja dapat saling memotivasi agar dapat menyelesaikan pekerjaannya bersama sehingga dapat meningkatkan work engagement.
5. Partisipasi leadership tidak berpengaruh signifikan terhadap Employee Creativity PT Fitness First. Participative leadership

ternyata kurang berpengaruh pada employee creativity , dikarenakan pemimpin PT Fitness First harus lebih terbuka terhadap ide – ide yang diberikan oleh karyawan

6. Participative leadership dapat berpengaruh signifikan terhadap Work Engagement PT Fitness First. Participative leadership dari PT Fitness First berpengaruh baik terhadap work engagement dikarenakan pemimpin PT Fitness First dapat memotivasi karyawan dan mengerti potensi karyawan sehingga karyawan dapat lebih terikat terhadap pekerjaannya
7. Work Engagement dapat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Employee Creativity PT Fitness First. Work engagement dapat berpengaruh terhadap employee creativity dikarenakan PT Fitness First memiliki keterikatan terhadap pekerjaannya dan mereka memiliki tanggung jawab lebih dan dikarenakan tanggung jawab dan tekanan mereka harus lebih kreatif lagi dalam bersaing dan hal itu dapat memicu employee creativity mereka
8. Work engagement dapat memediasi hubungan antara social media usage dengan employee creativity PT Fitness First memiliki work engagement atau keterikatan kerja yang kuat sehingga bisa menggunakan sarana sosial media untuk dikembangkan menjadi saluran untuk mengembangkan employee creativit
9. Work engagement dapat memediasi hubungan antara perceived task interdependence dengan employee creativity PT Fitness First memiliki work engagement atau keterikatan kerja yang kuat sehingga karyawannya mampu bonding antar sesama rekan karyawan dan bertukar pikiran sehingga dapat meningkatkan employee creativity
10. Work engagement dapat memediasi hubungan antara social media usage dengan employee creativity PT Fitness First memiliki work engagement atau keterikatan kerja yang kuat sehingga pemimpinnya mampu mengajak karyawannya untuk terbuka dan karyawannya mampu mengeksplorasi ide – ide dan

akhirnya dapat meningkatkan kreativitas karyawan

B. Keterbatasan dan Saran

1. Keterbatasan

Berdasarkan dari hasil penelitian dari Pengaruh Social Media Usage, Perceived Task Interdependence, Participative Leadership Terhadap Employee creativity Melalui Work engagement Di PT Fitness First, maka berikut keterbatasan dalam penelitian ini :

- a) Penelitian ini menggunakan 125 Karyawan Fitness First (Senayan City, Grand Indonesia, Mall Taman Angrek dan Pasific Place) sebagai sampel. Jumlah sampel terbatas pada 125 karena ada kendala waktu dalam pengumpulan data. Untuk penelitian di masa depan, disarankan untuk melibatkan lebih banyak Karyawan Fitness First di seluruh cabang di Jakarta untuk mendapatkan hasil yang lebih representatif.
- b) Penelitian ini menggunakan kuesioner dalam bentuk Google Form sehingga terkadang jawaban yang diberikan tidak menunjukkan keadaan yang

sesungguhnya kemungkinan besar bahwa Responden tidak memperlakukan kuesioner ini dengan serius dan tidak memberikan perhatian yang cukup saat mengisinya.

2. Saran

- a) Berdasarkan data dari outer loading menunjukkan bahwa SMU 1 mendapatkan nilai terendah sebesar 0,765 yang berarti tidak semua karyawan sering menggunakan media sosial, maka itu PT Fitness first sebaiknya mengadakan edukasi tentang Social media usage untuk mengembangkan employee creativity.
- b) Berdasarkan dari data outer loading menunjukkan bahwa PTI 2 mendapatkn nilai terendah sebesar 0,816. Oleh karena itu karyawan PT Fitness First harus lebih meningkatkan bonding dengan rekan kerja , sehingga menghasilkan hasil kerja yang lebih akurat
- c) Berdasarkan dari data outer loading menunjukkan bahwa PL1 memiliki nilai terendah sebesar 0,810. Diharapkan PT Fitness First lebih memperhatikan bagaimana cara pemimpin lebih terbuka dan lebih memberikan masukan serta kritikan yang penting bagi karyawannya
- d) Berdasarkan dari data Outer loading WE2 0.854 memiliki nilai terendah. Sebaiknya PT Fitness First lebih memberikan karyawannya kesempatan untuk mengikuti proses keterlibatan dalam pengambilan Keputusan
- e) Berdasarkan dari data Outer loading EC5 mendapatkan nilai terendah sebesar 0.836. PT Fitness First. Sebaiknya PT Fitness First dapat memberikan dukungan positif dan semangat kepada karyawan terhadap perubahan, kesiapan untuk menghadapi tantang baru dalam perusahaan.

D

DAFTAR PUSTAKA

- Joo, Baek-Kyoo (2022) Empowering leadership and employee creativity: the mediating roles of work engagement and knowledge sharing. <https://www.emerald.com/insight/1066-2243.htm>
- Korzynski. Pawel, Jordi Paniagua, & Eduardo Rodriguez-Montemayor (2019) Employee creativity in a digital era: the mediating role of social media. <https://www.emerald.com/insight/1066-2243.htm>
- Yanuar, S. dan. (2019). Efek Mediasi Work Engagement Dalam Pengaruh Job Characteristic Dan Perceived Organizational Support Terhadap Employee Performance Di Bidang It Pada Perusahaan Startup. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 3(4). <https://doi.org/10.24912/jmbk.v3i4.4996>
- Chen, Lifan. Bowen Zheng. and Hefu Liu (2020). Three-way interaction effect of social media usage, perceived task interdependence and perceived participative leadership on employee creativity. <https://www.emerald.com/insight/1066-2243.htm>
- Kim, Heewon. Dan Craig Scott (2019). Change communication and the use of anonymous social media at work Implications for employee engagement. Vol. 24 No. 3, 2019 pp. 410-424 © Emerald Publishing Limited 1356-3289. www.emeraldinsight.com/1356-3289.htm
- K, Jnaneswar and Gayathri Ranjit (2022) Unravelling the role of organizational commitment and work engagement in the relationship between self leadership and employee creativity. <https://www.emerald.com/insight/2049-3983.htm>
- Hanaysha, Jalal Rajeh (2023) Impact of participative and authoritarian leadership on employee creativity: organizational citizenship behavior as a mediator. <https://www.emerald.com/insight/1093-4537.htm>
- Chen, Lu. Kwame Ansong Wadei. Shuai jiao Bai dan Jun Liu (2020). Participative leadership and employee creativity: a sequential mediation model of

psychological safety and creative process engagement.
<https://www.emerald.com/insight/0143-7739.htm>

Fong, Patrick S.W. Chenghao Men and Ruiqian Ji (2017). Knowledge hiding and team creativity: the contingent role of task interdependence.
www.emeraldinsight.com/0025-1747.htm

Men, Chenghao. Dan Lei Yue (2021) How abusive supervision climate affects team creativity: the contingent role of task interdependence.
<https://www.emerald.com/insight/1460-1060.htm>

Deng, Manting. and Jiantao Zhu (2023) The impact of enterprise social media usage on employee creativity: a self regulation perspective.
<https://www.emerald.com/insight/0263-5577.htm>

Ince, Huseyin. Salih Zeki Imamoglu and Hulya Turkcan (2021). Relationships among absorptive capacity, creativity and job performance: the moderating role of social media usage. <https://www.emerald.com/insight/0025-1747.htm>

Richa Chaudhary and Anuja Akhouri (2018). CSR perceptions and employee creativity: examining serial mediation effects of meaningfulness and work engagement. VOL. 15 NO. 1 2019, pp. 61-74, © Emerald Publishing Limited, ISSN 1747-1117

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner

Halo Kepada yang terhormat Seluruh Staff Fitness First, Halo! Perkenalkan saya Ariel Luciano, mahasiswi Universitas Tarumanegara jurusan Bussines Management, yang sedang melakukan penelitian untuk tugas akhir mengenai **“Pengaruh Social Media Usage, Perceived Task Interdependence, Participative Leadership terhadap Kreativitas Karyawan melalui Keterlibatan Kerja di PT Fitness First”**.

Adapun kriteria yang perlu dipenuhi sebagai responden adalah sebagai berikut;

1. Karyawan PT Fitness First Indonesia
2. Bekerja lebih dari 1 bulan

Diharapkan responden dapat mengisi dengan jujur sesuai dengan pengalaman dan pendapat pribadi. Seluruh data responden dan hasil survei tidak akan disebarluaskan dan akan digunakan untuk kepentingan penelitian saja.

Atas waktu dan partisipasinya, saya ucapkan terima kasih!

Screening Question :

1. Apakah anda merupakan karyawan tetap dari PT Fitness First ?
 - Ya
 - Tidak (bukan karyawan tetap)
2. Karyawan Fitness First Cabang?
 - Senayan City
 - Grand Indonesia
 - Mall Taman Anggrek
 - Pasific Place

Data Responden :

1. Nama Lengkap

2. Usia

- 17 – 30 tahun
- 30 – 50 tahun
- Lebih dari 50 tahun

3. Jenis Kelamin

- Pria
- Wanita

4. Pendidikan Terakhir

- SMP
- SMA
- D1
- D2
- D3
- D4
- S1

Petunjuk Pengisian Kuesioner :

Pilihlah jawaban dibawah ini yang sesuai dengan pengalaman dan pendapat Anda.

Keterangan:

1 : Sangat Tidak Setuju

2 : Tidak Setuju

3 : Netral

4 : Setuju

5 : Sangat Setuju

Pernyataan Dalam Kuesioner:

1. Social Media Usage

No	Pernyataan	STS	TS	N	SS	STS
1	Seberapa sering anda menggunakan media sosial dalam satu periode waktu tertentu ?					
2	Apakah Media Sosial dapat digunakan sebagai bagian pekerjaan, networking profesional, atau keperluan pribadi anda ?					
3	Apakah media Sosial dapat dilakukan untuk meningkatkan Efisiensi Kerja anda?					
4	Apakah kreativitas anda berpengaruh pada Social media usage ?					
5	Apakah Social media usage berpengaruh pada produktivitas anda ?					

2. Perceived Task Interdependence

No	Pernyataan	STS	TS	N	SS	STS
1	Apakah dengan bekerja sama antar karyawan mampu mempercepat pencapaian tujuan dalam pekerjaan anda ?					
2	Apakah bekerja sama antar karyawan mampu berjalan sesuai dengan rencana pekerjaan dengan akurat ?					
3	Apakah bekerja sama antar karyawan dapat meningkatkan efektif dan keefisienan dalam kinerja anda ?					
4	Apakah bekerja sama antar karyawan menjadikan anda bergantung terhadap rekan kerja anda ?					

5	Apakah bekerja sama antar karyawan pada PT Fitness First dapat memecahkan masalah dalam pekerjaan ?					
---	---	--	--	--	--	--

3. Participative Leadership

No	Pernyataan	STS	TS	N	SS	STS
1	Apakah Participative leadership pada PT Fitness First mampu memberikan ide, saran, atau usulan bagi karyawan					
2	Apakah metode Participative leadership pada PT Fitness First melibatkan anda dalam berdiskusi ?					
3	Apakah Participative leadership pada PT Fitness First membuat pemimpin anda lebih terbuka kepada anda ?					
4	Apakah Participative leadership pada PT Fitness First membuat pemimpin anda mampu memberikan kepercayaan kepada anda ?					
5	Apakah Participative leadership pada PT Fitness First membuat pemimpin anda memberikan kesempatan untuk anda lebih bebas dalam berkreaitivitas ?					

4. Work Engagement

No	Pernyataan	STS	TS	N	SS	STS
1	Saya slalu merasa semangat dalam menjalankan pekerjaan saya					

2	Saya selalu diberi kesempatan terlibat dalam proses pengambilan keputusan					
3	Saya selalu bertanggung jawab dan memerhatikan hasil kerja saya					
4	Saya merasa mendapat dukungan dari atasan saya sehingga dapat membantu dalam memberikan kontribusi pada kreativitas dan inovasi.					
5	Adanya Interaksi sosial untuk berbagi ide, pandangan, dan pendapat sehingga dapat meningkatkan rasa semangat terhadap pekerjaan dan memberikan kontribusi pada kreativitas dan inovasi.					

5. Employee Creativity

No	Pernyataan	STS	TS	N	SS	STS
1	Saya mampu dalam memberikan Kontribusi Inovatif dalam pekerjaan saya.					
2	Saya mampu mengimplemetasikan Ide saya dalam pekerjaan saya.					
3	Saya mampu berpikir kreatif dan menghasilkan ide-ide baru atau solusi yang inovatif.					
4	Saya mampu beradaptasi dan terus belajar untuk mengembangkan keterampilan saya agar dapat beradaptasi dengan perubahan di sekitar.					

5	Saya mampu dalam dalam memberikan sikap positif terhadap perubahan dan kesiapan untuk menghadapi tantangan baru dengan semangat.					
---	--	--	--	--	--	--

<https://forms.gle/j9KumRaeyKP8YAdz8>

Diharapkan responden dapat mengisi dengan jujur sesuai dengan pengalaman dan pendapat pribadi. Seluruh data responden dan hasil survei tidak akan disebarluaskan dan akan digunakan untuk kepentingan penelitian saja.

Atas waktu dan partisipasinya, saya ucapkan terima kasih!

Lampiran 2. Hasil Koersioner

Social Media Usage

SMU1	SMU2	SMU3	SMU4	SMU5
5	2	4	4	4
4	5	5	4	1
2	2	2	2	2
2	2	2	2	2
4	3	3	4	4
4	4	4	5	4
2	2	2	2	2
3	2	3	3	3
1	1	1	3	3
2	2	2	2	3
4	4	5	4	5
5	5	5	5	5
4	4	4	3	3
4	5	4	5	5
5	2	5	4	5
5	5	4	4	5
5	4	5	4	5
4	5	5	5	5
4	2	2	2	2
4	2	2	2	2
5	4	5	4	5
2	2	2	2	4
2	4	4	4	5

5	4	5	5	5
4	5	5	4	5
4	5	4	5	5
5	2	5	4	5
5	4	4	4	5
2	2	2	2	2
4	5	5	4	5
5	2	2	2	2
4	4	2	2	2
5	5	2	5	5
5	4	2	5	5
5	5	5	4	5
3	3	3	3	4
4	5	5	5	4
3	4	4	5	4
4	5	5	5	5
5	5	4	4	4
1	4	5	3	4
3	2	2	3	2
3	4	4	3	4
5	4	5	4	5
5	3	4	3	5
4	4	5	5	4
5	5	3	3	2
4	4	5	5	3
2	4	3	3	1
5	5	5	5	5
2	4	3	3	5
2	5	4	4	3
4	5	4	5	4
4	4	4	4	4
4	4	5	5	4
4	3	4	4	3
5	5	5	5	5
5	5	5	5	5
4	5	5	5	4
5	4	4	5	4
4	4	4	5	2
4	4	4	4	4
5	4	5	5	5
3	5	1	5	4
4	4	4	4	4
5	4	4	4	4

5	3	3	4	3
5	5	5	5	5
4	4	4	4	4
4	5	4	4	3
5	4	5	4	4
4	3	4	4	4
4	5	5	4	4
4	5	5	5	4
4	5	3	4	4
4	3	4	3	3
5	4	5	4	4
3	3	4	4	4
2	2	2	2	2
4	4	4	4	4
4	4	4	4	5
5	3	4	4	4
5	5	5	5	5
5	5	5	5	4
2	2	2	2	2
2	2	2	2	2
5	4	5	5	5
5	4	3	3	4
4	3	3	3	3
5	5	5	5	4
2	4	4	4	4
4	4	4	4	4
5	5	3	3	5
2	2	3	2	2
4	4	5	5	4
4	5	5	5	5
5	4	5	4	5
5	5	5	5	3
5	5	4	5	4
4	4	4	4	4
5	4	4	5	4
5	4	4	4	4
5	4	5	5	4
5	4	4	5	4
4	5	4	4	5
2	2	2	2	2
2	2	2	2	2
4	4	4	4	3
3	3	3	3	3

3	3	3	4	4
3	4	4	5	4
4	3	3	4	3
3	3	3	3	3
4	4	4	4	3
5	4	5	5	4
3	4	5	3	3
3	4	4	4	4
3	3	3	4	4
4	4	4	4	4
2	2	2	2	2
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
4	4	4	4	4
3	3	3	3	3
5	4	4	4	4
5	5	5	5	5
5	5	5	5	5

Perceived Task Interdependence

PTI1	PTI2	PTI3	PTI4	PTI5
4	5	5	5	5
1	1	1	1	4
2	2	2	2	2
2	2	2	2	2
4	4	2	4	4
4	4	4	4	4
2	2	2	2	2
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
4	4	4	5	5
4	5	5	4	5
5	5	5	5	5
5	4	4	5	5
4	4	3	4	4
4	5	4	5	5
5	5	5	5	5
4	2	2	3	3
4	4	4	4	4

2	2	2	2	2
5	5	5	5	5
5	5	4	5	5
5	5	5	5	5
5	5	5	5	5
4	3	2	2	3
5	4	2	2	2
4	4	3	4	4
4	5	4	5	5
5	5	5	5	5
2	2	2	2	2
4	4	4	4	4
2	2	2	2	2
5	5	5	5	5
5	2	5	5	5
4	3	2	5	2
2	4	2	2	2
4	3	4	5	5
4	3	5	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	3
4	4	4	4	4
3	4	2	1	5
1	3	2	2	3
3	4	4	4	4
4	4	5	5	3
4	4	5	5	3
5	5	4	4	5
4	3	1	1	3
3	4	5	4	5
5	5	4	2	2
5	5	5	5	5
4	1	2	1	2
4	4	3	4	4
5	4	5	4	5
4	4	4	4	4
4	5	5	4	4
4	5	4	2	5
4	5	4	5	5
5	5	5	5	5
4	5	5	3	3
4	5	3	4	4
4	3	4	3	2

3	3	3	3	3
4	5	5	5	5
5	3	5	4	5
4	4	4	4	4
3	2	2	2	3
4	3	4	4	5
5	5	5	5	5
4	4	4	3	4
4	3	3	3	5
3	4	5	3	4
4	3	3	3	3
5	5	5	4	4
4	5	4	4	5
3	5	3	4	3
5	3	3	4	4
5	4	4	4	3
4	4	4	4	4
2	2	2	2	2
4	2	4	2	4
4	5	4	3	3
3	4	3	2	3
5	5	5	5	5
5	4	4	4	5
2	2	2	2	2
2	2	2	2	2
5	4	5	5	5
4	2	1	1	1
3	3	3	3	4
4	4	4	2	2
4	4	3	2	2
3	3	3	3	3
4	5	4	3	3
2	2	2	3	3
4	4	4	3	3
5	3	3	3	3
5	4	5	5	4
4	5	4	2	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
5	4	3	3	3
4	3	4	3	4
4	3	3	3	4
4	4	5	4	4

4	3	4	5	5
2	2	2	2	2
2	2	2	2	2
4	3	3	4	3
4	4	4	4	4
5	5	5	5	3
4	4	3	5	4
5	3	4	3	4
4	4	4	2	3
3	5	3	3	3
4	4	4	4	4
4	3	5	3	4
4	3	3	3	4
3	3	4	4	2
4	4	4	4	4
2	2	2	2	2
5	3	3	3	3
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	3	3	3
4	4	4	3	3
4	3	3	3	3
4	4	4	5	4
5	5	5	5	5
5	5	5	5	5

Participative Leadership

PL1	PL2	PL3	PL4	PL5
5	5	5	5	5
4	5	4	3	3
2	2	2	2	2
2	2	2	2	2
4	4	3	3	3
3	4	4	4	4
2	2	2	2	2
4	2	2	2	2
5	4	3	4	3
5	4	4	4	5
5	5	5	4	4
5	5	5	5	5
5	5	4	4	4

3	3	4	4	3
5	4	5	4	5
5	5	5	5	5
4	4	4	4	5
4	4	4	4	4
2	2	2	2	2
5	5	5	5	5
5	5	5	5	5
5	5	5	5	5
2	3	5	5	5
2	2	4	4	5
3	3	4	4	3
5	4	5	4	5
5	5	5	5	5
2	2	2	2	2
4	4	4	4	4
2	2	2	2	2
5	5	5	5	5
5	5	5	2	5
1	3	5	5	5
2	2	4	4	5
5	5	5	4	5
4	5	4	4	5
4	5	4	4	4
4	5	4	4	5
4	4	4	4	3
5	4	5	4	5
2	3	2	2	3
4	5	5	4	3
4	5	5	3	5
4	4	5	5	4
4	5	5	4	5
5	5	5	5	5
5	4	3	2	3
2	2	2	1	1
5	5	5	5	5
3	4	3	2	5
5	5	2	3	5
5	4	5	4	5
4	4	4	5	4
5	4	5	5	5
4	3	5	5	5

4	5	5	5	5
5	5	5	5	5
4	4	4	3	4
5	5	3	4	5
3	2	2	2	3
4	4	4	4	4
3	5	3	5	4
5	5	2	5	5
4	4	4	4	4
5	4	2	3	5
4	4	5	5	3
5	5	5	5	5
4	4	4	4	4
5	4	5	4	4
5	4	3	4	4
4	3	5	4	5
5	4	3	4	5
4	4	4	5	5
3	4	3	3	4
4	3	5	3	3
5	5	4	5	5
4	4	4	4	4
2	2	2	2	2
4	4	4	4	4
5	5	4	4	4
4	4	4	4	5
4	5	5	4	5
4	5	5	5	5
2	2	2	2	2
2	2	2	2	2
4	5	4	5	5
5	5	5	5	5
4	4	4	2	3
5	5	5	5	5
4	4	4	3	4
4	4	4	4	4
5	5	2	4	5
3	3	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
5	4	5	4	5
4	4	4	4	5
4	4	4	4	4

4	4	4	4	4
4	5	5	5	4
4	5	4	5	5
5	4	4	5	4
5	4	4	5	5
4	4	4	5	4
2	2	2	2	2
2	2	2	2	2
4	4	4	4	4
4	4	3	4	4
4	4	4	4	4
5	5	4	5	3
4	3	3	4	3
3	3	4	4	4
2	2	2	2	2
4	4	4	4	4
3	5	5	5	5
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
2	2	2	2	2
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
5	5	5	4	5
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
5	5	4	4	4
5	5	5	5	5
5	5	5	5	5

Work Engagement

WE1	WE2	WE3	WE4	WE5
5	5	5	5	5
5	3	5	5	4
2	2	2	2	2
2	2	2	2	2
3	3	3	4	3
4	3	4	4	4
2	2	2	2	2
2	2	3	3	3

1	1	4	3	2
4	4	4	4	4
4	4	5	4	4
5	5	5	5	5
5	4	4	4	2
3	4	5	5	4
5	5	5	5	5
5	5	5	5	5
5	5	5	5	5
4	4	4	4	4
2	2	2	2	2
5	5	5	5	5
5	5	5	5	5
5	5	5	5	5
5	5	5	5	5
4	4	4	5	5
4	3	3	5	3
3	4	5	5	4
5	5	5	5	5
5	5	5	5	5
2	2	2	2	2
4	4	4	4	4
2	2	2	2	2
5	5	5	5	5
5	5	5	5	5
4	4	4	5	5
4	3	3	5	2
4	3	5	4	4
4	3	5	4	5
4	3	4	4	5
5	4	5	5	5
3	4	4	3	4
4	4	4	4	4
2	3	2	3	2
3	5	4	4	4
4	5	5	3	3
4	5	5	4	4
5	4	5	3	4
5	5	3	5	5
3	4	3	2	5
4	4	5	5	5
5	5	5	5	5
4	3	3	3	3

4	3	5	3	5
4	5	5	4	5
4	4	3	3	4
4	4	4	4	4
3	4	5	4	5
4	5	5	4	5
5	5	5	5	5
4	3	4	4	4
4	4	4	5	4
5	4	3	3	3
4	3	4	3	4
3	4	4	3	5
4	2	2	3	4
4	4	4	4	4
4	2	4	3	4
4	5	5	4	4
5	5	5	5	5
4	4	4	4	4
3	4	5	4	3
3	4	4	3	5
4	3	4	4	4
5	4	5	5	5
4	4	4	5	5
3	3	3	4	4
4	4	3	5	4
5	4	5	4	5
4	4	4	4	4
2	2	2	2	2
4	4	3	4	4
4	4	4	4	4
3	4	4	3	4
5	5	4	5	4
5	5	5	5	5
2	2	2	2	2
2	2	2	2	2
5	5	4	5	5
4	3	4	4	4
3	3	3	3	3
5	4	5	5	5
3	3	4	3	3
3	3	3	4	3
5	4	3	3	4
2	5	4	3	3

4	4	5	5	4
5	4	5	5	5
5	4	5	4	5
5	3	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
3	4	5	4	5
4	3	4	3	3
3	3	4	4	3
4	4	4	5	4
5	4	4	4	4
2	2	2	2	2
2	2	2	2	2
4	4	5	5	4
4	3	4	5	5
4	3	5	5	4
4	4	3	4	4
5	4	5	3	3
3	3	4	3	4
3	3	4	3	4
5	4	5	4	4
4	3	4	4	4
4	3	5	5	5
5	4	5	5	4
4	4	4	4	4
2	2	2	2	2
5	5	5	5	5
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
5	4	5	5	5
4	3	5	5	5
5	5	5	5	5
5	5	5	4	4
5	5	5	5	5
5	5	5	5	5

Employee Creativity

EC1	EC2	EC3	EC4	EC5
5	5	5	5	5
4	4	3	4	3
2	5	4	5	4

2	2	2	2	2
3	3	3	3	3
3	4	4	4	4
2	2	2	2	2
3	4	4	4	4
3	2	2	5	5
4	5	5	5	5
5	5	5	5	5
5	5	5	5	5
2	5	5	5	5
5	4	4	4	4
5	5	5	5	5
5	5	5	5	5
5	4	5	4	5
4	5	4	5	4
2	3	4	3	4
5	5	4	5	4
5	5	5	5	5
5	5	5	5	5
5	5	5	5	5
5	5	5	5	5
5	5	5	5	5
5	5	4	5	4
5	4	4	4	4
5	5	5	5	5
5	5	5	5	5
2	2	2	2	2
4	4	4	4	4
2	2	2	2	2
5	5	5	5	5
5	5	5	2	2
5	5	5	5	5
5	5	5	5	5
4	3	3	4	4
4	4	5	4	5
3	3	4	4	4
3	3	4	4	5
2	4	3	4	3
4	5	4	4	4
3	2	2	1	2
4	5	4	4	5
3	3	4	5	2
3	3	3	3	3
4	5	5	4	4

2	2	5	5	3
3	4	5	5	4
3	3	3	3	3
5	5	5	5	5
2	2	2	3	3
4	3	4	3	5
4	5	4	5	4
4	4	4	3	5
4	4	5	5	4
4	5	4	5	5
4	5	5	4	5
5	5	5	5	5
3	3	4	4	4
4	4	5	4	4
4	4	2	3	3
3	3	4	3	4
4	3	4	4	5
5	4	4	4	4
5	5	5	4	4
2	3	3	3	3
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
4	4	4	4	4
5	3	4	4	3
4	3	5	4	4
5	4	5	4	5
5	4	5	5	5
4	4	4	4	4
3	4	3	3	4
4	3	4	5	5
5	4	5	4	5
4	4	4	4	4
2	2	2	2	2
4	4	4	4	4
3	3	4	3	4
4	3	3	4	4
5	5	4	4	5
5	4	5	5	4
2	2	2	2	2
2	2	2	2	2
4	5	4	5	4
1	1	3	2	4
3	3	3	3	3

5	3	5	5	5
3	4	4	4	4
3	3	3	3	3
2	2	2	2	4
2	3	2	3	3
3	3	4	4	5
3	3	4	4	5
5	4	5	4	5
3	3	4	4	4
5	5	5	5	4
4	4	4	4	4
4	3	5	3	4
3	3	4	3	5
3	3	4	4	4
4	4	4	4	5
5	4	4	4	4
2	2	2	2	2
2	2	2	2	2
3	3	4	4	4
3	3	3	4	4
3	4	4	4	5
4	3	4	4	4
4	4	4	4	4
3	4	4	4	4
4	3	2	4	4
4	4	4	4	5
4	3	4	4	4
3	3	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
2	2	2	2	2
5	5	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
5	3	5	5	5
3	3	3	4	4
3	3	4	4	5
4	4	4	5	5
5	5	5	5	5
5	5	5	5	5

Lampiran 3. Hasil Uji Outer Loadings

	(X1) SOCIAL MEDIA USAGE	(X2) PERCEIVED TASK INTERDEPENDENCE	(X3) PARTICIPATIVE LEADERSHIP	(Y) EMPLOYEE CREATIVITY	(Z) WORK ENGAGEMENT
EC1				0.850	
EC2				0.857	
EC3				0.899	
EC4				0.877	
EC5				0.836	
PL1			0.810		
PL2			0.879		
PL3			0.849		
PL4			0.870		
PL5			0.878		
PTI1		0.823			
PTI2		0.816			
PTI3		0.884			
PTI4		0.859			
PTI5		0.820			
SMU1	0.765				
SMU2	0.822				
SMU3	0.853				
SMU4	0.892				
SMU5	0.814				
WE1					0.874
WE2					0.854
WE3					0.874
WE4					0.870
WE5					0.883

Lampiran 4. Construct Reliability and Validity

	Cronbach's alpha	Keandalan komposit (rho_a)	Keandalan komposit (rho_c)	Rata-rata varians diekstraksi (AVE)
(X1) SOCIAL MEDIA USAGE	0.887	0.890	0.917	0.689
(X2) PERCEIVED TASK INTERDEPENDENCE	0.896	0.899	0.923	0.707
(X3) PARTICIPATIVE LEADERSHIP	0.910	0.913	0.933	0.735
(Y) EMPLOYEE CREATIVITY	0.915	0.916	0.936	0.746
(Z) WORK ENGAGEMENT	0.920	0.921	0.940	0.759

Lampiran 5. Validitas Diskriminan

	(X1) SOCIAL MEDIA USAGE	(X2) PERCEIVED TASK INTERDEPENDENCE	(X3) PARTICIPATIVE LEADERSHIP	(Y) EMPLOYEE CREATIVITY	(Z) WORK ENGAGEMENT
EC1	0.567	0.633	0.579	0.850	0.690
EC2	0.459	0.633	0.498	0.857	0.599
EC3	0.626	0.627	0.716	0.899	0.716
EC4	0.501	0.651	0.626	0.877	0.650
EC5	0.541	0.641	0.671	0.836	0.659
PL1	0.445	0.662	0.810	0.534	0.635
PL2	0.558	0.641	0.879	0.516	0.695
PL3	0.555	0.556	0.849	0.691	0.758
PL4	0.567	0.607	0.870	0.669	0.685
PL5	0.627	0.536	0.878	0.646	0.712
PTI1	0.536	0.823	0.679	0.662	0.724
PTI2	0.476	0.816	0.518	0.616	0.549
PTI3	0.421	0.884	0.546	0.571	0.534
PTI4	0.380	0.859	0.530	0.597	0.545
PTI5	0.389	0.820	0.628	0.636	0.540
SMU1	0.765	0.370	0.514	0.455	0.538
SMU2	0.822	0.357	0.488	0.435	0.542
SMU3	0.853	0.403	0.528	0.558	0.585
SMU4	0.892	0.500	0.508	0.550	0.561
SMU5	0.814	0.549	0.629	0.584	0.578
WE1	0.625	0.574	0.732	0.663	0.874
WE2	0.555	0.632	0.703	0.662	0.854
WE3	0.572	0.646	0.721	0.660	0.874
WE4	0.576	0.542	0.678	0.692	0.870
WE5	0.617	0.635	0.718	0.673	0.883

Lampiran 6. Hasil Uji R^2 -Square

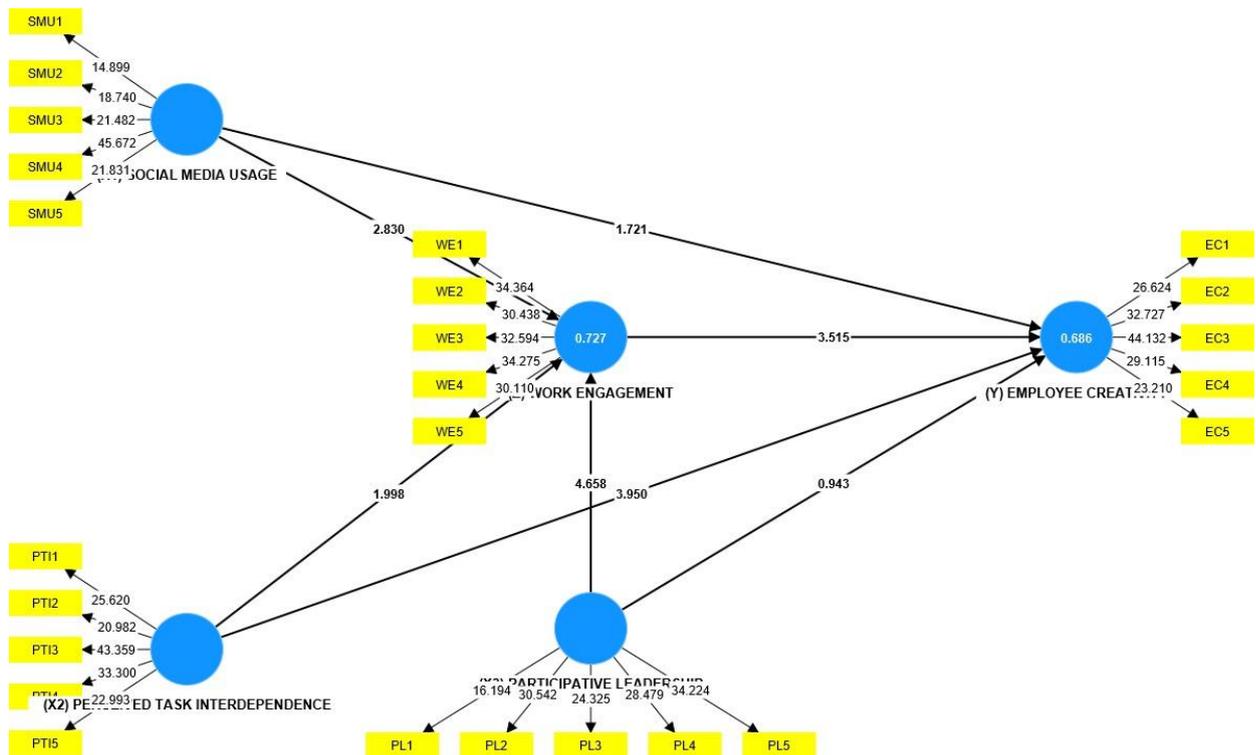
	R-square	Adjusted R-square
(Y) EMPLOYEE CREATIVITY	0.686	0.676
(Z) WORK ENGAGEMENT	0.727	0.721

Lampiran 7. Hasil Uji Q^2 -Square

	Q^2 prediksi	RMSE	MAE
(Y) EMPLOYEE CREATIVITY	0.627	0.621	0.458
(Z) WORK ENGAGEMENT	0.694	0.564	0.403

Lampiran 8. Hasil Uji Bootstrapping Path Coefficients

	Sampel asli (O)	Rata-rata sampel (M)	Standar deviasi (STDEV)	T statistik (O /STDEV)	Nilai P (P values)
(X1) SOCIAL MEDIA USAGE -> (Y) EMPLOYEE CREATIVITY	0.141	0.137	0.082	1.721	0.086
(X1) SOCIAL MEDIA USAGE -> (Z) WORK ENGAGEMENT	0.228	0.232	0.081	2.830	0.005
(X2) PERCEIVED TASK INTERDEPENDENCE -> (Y) EMPLOYEE CREATIVITY	0.351	0.349	0.089	3.950	0.000
(X2) PERCEIVED TASK INTERDEPENDENCE -> (Z) WORK ENGAGEMENT	0.213	0.213	0.106	1.998	0.046
(X3) PARTICIPATIVE LEADERSHIP -> (Y) EMPLOYEE CREATIVITY	0.100	0.087	0.106	0.943	0.346
(X3) PARTICIPATIVE LEADERSHIP -> (Z) WORK ENGAGEMENT	0.521	0.519	0.112	4.658	0.000
(Z) WORK ENGAGEMENT -> (Y) EMPLOYEE CREATIVITY	0.348	0.367	0.099	3.515	0.000



Lampiran 9. Hasil Uji *Specific Indirect Effect*

	Sampel asli (O)	Rata-rata sampel (M)	Standar deviasi (STDEV)	T statistik ((O/STDEV))	Nilai P (P values)
(X1) SOCIAL MEDIA USAGE → (Z) WORK ENGAGEMENT → (Y) EMPLOYEE CREATIVITY	0.079	0.085	0.037	2.164	0.031
(X2) PERCEIVED TASK INTERDEPENDENCE → (Z) WORK ENGAGEMENT → (Y) EMPLOYEE CREATIVITY	0.074	0.074	0.037	2.015	0.044
(X3) PARTICIPATIVE LEADERSHIP → (Z) WORK ENGAGEMENT → (Y) EMPLOYEE CREATIVITY	0.181	0.196	0.083	2.193	0.029

Lampiran 10. Hasil Uji f2

	(X1) SOCIAL MEDIA USAGE	(X2) PERCEIVED TASK INTERDEPENDENCE	(X3) PARTICIPATIVE LEADERSHIP	(Y) EMPLOYEE CREATIVITY	(Z) WORK ENGAGEMENT
(X1) SOCIAL MEDIA USAGE				0.033	0.109
(X2) PERCEIVED TASK INTERDEPENDENCE				0.183	0.084
(X3) PARTICIPATIVE LEADERSHIP				0.009	0.406
(Y) EMPLOYEE CREATIVITY					
(Z) WORK ENGAGEMENT				0.105	

Lampiran 11. Bukti Foto Bersama Manager Fitness First yang membantu dalam penyebaran kuesioner



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Data Pribadi

1. Nama : Ariel Luciano
2. Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 31 Oktober 2001
3. Alamat : Pelangi Jingga, Kelapa Gading, Jakarta Utara
4. Jenis Kelamin : Pria
5. Agama : Katolik
6. Kewarganegaraan : Indonesia
7. Telepon : +62 812-9439-9965
8. E-mail : ariel.115200291@stu.untar.ac.id

Pendidikan Formal

1. 2020 – sekarang : Universitas Tarumanegara
2. 2017 – 2020 : SMA Don Bosco 1
3. 2014 – 2017 : SMP Don Bosco 1
4. 2008 – 2014 : SD Don Bosco 1

