Pengaruh Paparan Konten Pencapaian di LinkedIn terhadap Job Search Self-Efficacy Behavior dan Job
Search Self-Efficacy Outcome melalui Upward Social Comparison pada Mahasiswa Akhir dan Fresh Graduate Universitas Gadjah Mada
Muhammad Ahid Faiqul Mubarak, Diah Retno Wulandaru, Dr., Dra., MBA.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN i
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI i
KATA PENGANTAR i
DAFTAR ISI iii
DAFTAR TABEL vi
DAFTAR GAMBAR vii
INTISARI viii
ABSTRACT ix
BAB 1 PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang Masalah 1
1.2 Rumusan Masalah 10
1.3 Pertanyaan Penelitian 13
1.4 Tujuan Penelitian 14
1.5 Motivasi Penelitian 15
1.6 Manfaat Penelitian 16
1.7 Kontribusi Penelitian 17
1.8 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian 18
1.9 Sistematika Penulisan 18
BAB II LANDASAN TEORI 22
2.1 Landasan Teori 22
2.1.1 *Self Efficacy Theory* 22
2.1.2 *Vicarious Experience* dalam bentuk paparan konten pencapaian di LinkedIn sebagai Media Sosial Profesional 25
2.1.3 *Social Comparison Theory* 27
2.1.4 Karakteristik Generasi Z 30
2.2 Perumusan Hipotesis 31

UNIVERSITAS GADJAH MADA
Pengaruh Paparan Konten Pencapaian di LinkedIn terhadap Job Search Self-Efficacy Behavior dan Job Search Self-Efficacy Outcome melalui Upward Social Comparison pada Mahasiswa Akhir dan Fresh Graduate Universitas Gadjah Mada
Muhammad Ahid Faiqul Mubarak, Diah Retno Wulandaru, Dr., Dra., MBA.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

2.2.1 Pengaruh Paparan konten pencapaian di LinkedIn terhadap *upward social comparison.* 31
2.2.2 Pengaruh *upward social comparison* terhadap *Job Search Self-Efficacy Behavior* 32
2.2.3 Pengaruh *upward social comparison* terhadap *Job Search Self-Efficacy Outcome* 33
2.2.4 Pengaruh paparan konten pencapaian di LinkedIn terhadap *Job Search Self-Efficacy Behavior* (JSSE-B) 34
2.2.5 Pengaruh paparan konten pencapaian di LinkedIn terhadap *Job Search Self-Efficacy Outcome* (JSSE-O) 35
2.3 Model Penelitian 36
BAB 3 METODE PENELITIAN 37
3.1 Desain Penelitian 37
3.2 Definisi dan Operasional Variabel 38
3.2.1 Variabel Independen 38
3.2.2 Variabel Dependen 41
3.2.3 Variabel Mediator 46
3.3 Populasi dan Sampel 51
3.3.1 Populasi 51
3.3.2 Sampel 52
3.4 Instrumen penelitian 53
3.5 Teknik Pengumpulan Data 54
3.5.1 Langkah-Langkah Pengumpulan Data 54
3.5.2 Waktu Pelaksanaan Pengumpulan Data 55
3.6 Teknik Analisis Data 55
3.6.1 Metode Analisis Data 55
3.6.2 Uji Pengukuran (*Outer Model*) 57
3.6.3 Uji Model Struktural (*Inner Model*) 59
3.6.4 Pengujian Hipotesis 61
BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 63
4.1 Analisis Deskripsi Data 63
4.1.1 Pilot Testing dan Profil Demografis Responden 63
4.2 Evaluasi Model Pengukuran *(Outer Model)* 65

Pengaruh Paparan Konten Pencapaian di LinkedIn terhadap Job Search Self-Efficacy Behavior dan Job
Search Self-Efficacy Outcome melalui Upward Social Comparison pada Mahasiswa Akhir dan Fresh Graduate Universitas Gadjah Mada
Muhammad Ahid Faiqul Mubarak, Diah Retno Wulandaru, Dr., Dra., MBA.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

4.2.1 Reliabilitas Konstruk 65
4.2.2 Uji Validitas Konvergen 67
4.2.3 Uji Validitas Diskriminan 70
4.3 Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*) 72
4.3.1 Uji Multikolinearitas 72
4.3.2 Koefisien Determinasi (R^2) 73
4.3.3 f-Square (f^2) 75
4.4 Pengujian Hipotesis 77
4.4.1 Pengaruh Paparan konten pencapaian di LinkedIn terhadap *upward social comparison* 79
4.4.2 Pengaruh *Upward Social Comparison* terhadap *Job Search Self-Efficacy* 81
4.4.3 Peran Mediasi *Upward Social Comparison* dalam mempengaruhi *Job Search Self-Efficacy* 84
BAB V SIMPULAN 88
5.1 Simpulan 88
5.2 Implikasi 90
5.2.1 Implikasi Teoritis 90
5.2.2 Implikasi Praktis 92
5.3 Keterbatasan dan Saran Penelitian 93
5.3.1 Keterbatasan Penelitian 93
5.3.2 Saran untuk Peneliti Selanjutnya 95
DAFTAR PUSTAKA 97
LAMPIRAN 101