

# Confirmatory Factor Analisis (CFA) untuk Validasi Instrumen *Perceived External Prestige* di Lingkungan Kerja

Lorena Tiku Salu<sup>1</sup>, Muhammad Irwan Umasugi<sup>1</sup>, Gusti Razuli Triputra<sup>1</sup>, Andreas Galileo Randa<sup>1</sup>, Fuad Ardiansyah<sup>1\*</sup>

[1] Universitas Pendidikan Muhammadiyah Sorong, Indonesia

## Abstract

Perceived External Prestige (PEP) is an individual's assessment of how their organization is viewed by outsiders. This study aims to validate the Perceived External Prestige (PEP) instrument as a measurement tool for employee perceptions of organizational reputation in the eyes of external parties. Validation was conducted using Confirmatory Factor Analysis (CFA) method on a sample of 251 private employees in Southwest Papua. The three-factor model of PEP tested includes Personality, Social Development, and Career Training. The analysis results show that the model has a good fit with the empirical data. A high Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) value of 0.963, and a significant Bartlett's test ( $p < 0.05$ ) indicated that the data were suitable for further factor analysis. All items in the instrument had factor loadings above the 0.35 threshold, indicating good construct validity. These validation results confirm that the PEP instrument is effective and reliable for measuring employee perceptions of organizational reputation in the work environment. This research contributes to the development of a valid and reliable instrument to measure PEP in the context of organizations in Indonesia.

**Keywords:** Perceived External Prestige; Confirmatory Factor Analysis; Instruement Validation

## Article Info

Artikel History: Submitted: 2025-03-12 | Published: 2025-06-30

DOI: <http://dx.doi.org/10.24127/gdn.v15i2.12261>

Vol 15, No 2 (2025) Page: 425 - 436

(\* ) Corresponding Author: Fuad Ardiansyah, Universitas Pendidikan Muhammadiyah Sorong, Indonesia, Email: [fuadardiansyah@unimudasorong.ac.id](mailto:fuadardiansyah@unimudasorong.ac.id)



Ini adalah artikel akses terbuka yang disebarluaskan di bawah ketentuan [Lisensi Internasional Creative Commons Atribusi 4.0](#), yang mengizinkan penggunaan, penyebaran, dan reproduksi tanpa batasan di media mana pun dengan mencantumkan karya asli secara benar.

## PENDAHULUAN

Pada era globalisasi dan persaingan yang ketat, organisasi dituntut untuk tidak hanya memperhatikan aspek internal, tetapi juga bagaimana citra organisasi dipresepsikan oleh pihak eksternal atau disebut *Perceived External Prestige* (PEP). PEP merupakan cara seorang individu dalam mempertahankan hubungan yang baik dengan konsumen,

pemasok, dan atau pesaing. Tujuan dari hal ini adalah untuk memberikan evaluasi mengenai status organisasi, apakah menguntungkan atau tidak (Ojedokun et al. 2015). Tuna et al. (2016) menyatakan bahwa *perceived external prestige* merupakan suatu penilaian yang dilakukan oleh karyawan terhadap reputasi perusahaan tempat mereka bekerja, berdasarkan perspektif orang-orang yang tidak berafiliasi dengan perusahaan tempat mereka bekerja.

Beberapa penelitian menemukan bahwa *perceive external prestige* merupakan faktor psikologis personal dalam mempresepsikan nilai dan relevansi pekerjaan setiap karyawan dan memengaruhi kondisinya. Hal ini mengartikan bahwa *Perceived external prestige* (PEP) memiliki berbagai dampak signifikan terhadap beberapa kategori perilaku. Persepsi prestise eksternal adalah faktor penting dalam meningkatkan kinerja karyawan (Cheng et al. 2022). Ketika karyawan berpikir bahwa organisasi atau perusahaan mereka dipersepsikan positif oleh pihak eksternal, mereka biasanya terdorong untuk mencapai tujuan organisasi yang tercermin dari peningkatan kinerja (Firduas and Nirawati 2024). Hal ini juga diperkuat oleh penelitian Ardiansyah et al. (2024) karyawan yang merasa organisasinya memiliki reputasi baik cenderung lebih meningkatkan kerjanya.

Perilaku lainnya muncul dari persepsi PEP yang positif adalah komitmen karyawan. PEP mampu meningkatkan komitmen karyawan terhadap organisasi, karyawan yang memandang tanggapan positif terhadap organisasi dari pihak luar, memungkinkan adanya keterkaitan emosional lebih kuat dan menunjukkan sikap positif (Kang et al. 2011). Penelitian lain juga dilakukan oleh Gracia and Indarto (2021) menjelaskan bahwa karyawan yang bekerja di organisasi yang memiliki reputasi tinggi cenderung lebih termotivasi dan lebih berkomitmen terhadap pekerjaannya. Ketika suatu organisasi dianggap bergengsi di mata publik, pegawai cenderung merasa lebih terhubung dengan misi dan visi organisasi, yang dapat memengaruhi komitmen kinerja mereka (Diamantidis and Chatzoglou 2019).

Bahkan Turan and Pekdemir (2014) memberikan penjelasan bahwa karyawan yang merasa bangga terhadap perusahaannya cenderung bersedia melakukan lebih banyak daripada yang dapat mereka lakukan di job desk. Selain itu PEP dapat menekan perilaku menyimpang ditempat kerja. Peran PEP dalam mempengaruhi perilaku menyimpang di tempat kerja juga ditemukan secara tidak langsung, dalam hal ini dimediasi oleh kepuasan kerja (Putra 2017; Lewaherilla et al. 2022). PEP yang positif berpengaruh terhadap kepuasan kerja, tetapi kepuasan kerja berdampak negatif pada perilaku menyimpang di tempat kerja.

Dari semua dampak yang ditimbulkan oleh PEP, pada dasarnya mencerminkan keyakinan karyawan tentang organisasi atau perusahaan mereka. Melihat berbagai dampak dari PEP yang berpengaruh kepada karyawan maupun organisasi, maka perlu dilakukan identifikasi lebih lanjut untuk dapat melihat secara menyeluruh (Gadi et al. 2024). Mael and Ashforth (1992) mengungkapkan terdapat tiga aspek untuk dapat mengidentifikasi dan mempertahankan persepsi eksternal prestis, Kepribadian, Pengembangan Sosial dan Pelatihan Karir.

Untuk mengidentifikasi PEP diperlukan suatu instrument yang bisa memberikan gambaran menyeluruh terkait PEP. Terdapat beberapa instrument yang sudah dikembangkan sebelumnya, namun sebagian besar penelitian sebelumnya tentang PEP cenderung menggunakan pendekatan eksploratif atau analisis deskriptif tanpa melakukan validitas yang ketat terhadap struktur faktor yang mendasarinya. Disisi lain metode *confirmatory factor analysis* (CFA) baru sedikit digunakan atau diteliti secara spesifik untuk memvalidasi instrument pengukuran pada *perceived external prestige*.

Validasi skala *Perceived External Prestige* (PEP) menjadi hal yang penting dalam konteks manajemen sumber daya manusia, terutama dalam memahami bagaimana persepsi karyawan terhadap reputasi organisasi mereka dapat memengaruhi kinerja dan kepuasan kerja.

Dengan menggunakan metode *Confirmatory Factor Analysis* (CFA), peneliti dapat mengonfirmasi apakah semua item dalam skala PEP benar-benar mengukur satu konstruk yang sama, yaitu persepsi eksternal terhadap prestis organisasi. Melalui menggunakan *confirmatory factor analysis*, sebuah penelitian dapat menguji sejauh mana setiap item yang ada dalam penelitian tersebut memberikan informasi yang konsisten mengenai satu aspek tertentu, yaitu apa yang ingin diukur (Umar and Nisa 2020).

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana instrumen *perceived external prestige* (PEP) diukur dengan metode *confirmatory factor analysis* (CFA). Dengan menggunakan CFA, penelitian ini bertujuan untuk, mengukur dimensi PEP, mengukur validitas dan reliabilitas, menguji kecocokan model dan memberikan rekomendasi untuk pengembangan instrumen PEP yang lebih baik dan aplikasinya dalam konteks organisasi. Penelitian ini dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori PEP dan aplikasinya dalam bidang manajerial, serta memperkaya literatur yang ada di bidang manajemen dan psikologi organisasi.

## **METODE**

### **Desain Penelitian**

Dalam penelitian ini, penulis menerapkan metode kuantitatif dengan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) yang dimana digunakan untuk menguji validitas dan reabilitas instrumen *perceived external prestige* (PEP) di lingkungan kerja. Kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme. Metode ini digunakan untuk melakukan penelitian terhadap populasi atau *sample* tertentu, di mana pengumpulan data dilakukan menggunakan instrumen penelitian analisis data yang dilakukan bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Azwar, 2017).

### **Partisipan**

Penelitian ini dilaksanakan selama tiga minggu, dengan mempertimbangkan waktu yang digunakan untuk mengumpulkan data dari seluruh responden kemudian mengelolanya dengan bantuan program statistik. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 900 karyawan swasta di Papua Barat Daya, dengan taraf kesalahan yang ditetapkan sebesar (5%). Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *random sampling*, dimana 251 karyawan dipilih sebagai responden untuk mewakili populasi tersebut.

### **Instrumen Penelitian**

Proses penelitian dimulai dengan penyusunan item, diikuti dengan uji *expert judgment* untuk mengukur validitas isi dan reabilitas instrumen. Setelah itu, penyebaran skala dilakukan melalui tautan *google form* yang menyertakan persetujuan dan skala yang digunakan untuk mengukur setiap variabel.

### **Teknik Analisis Data**

Setelah pengumpulan data, validitas dan reliabilitas skala diperiksa dengan menggunakan pendekatan analisis faktor konfirmatori (CFA). Kelayakan variabel dan apakah teknik CFA dapat digunakan untuk memprosesnya lebih lanjut akan dipastikan dengan analisis data

CFA awal, yang memeriksa hasil uji KMO dan *Bartlett*. Untuk melakukan hal ini, nilai KMO MSA (*Kaiser-Meyer Olkin Measure of Sampling Adequacy*) harus > 0.50. Jika nilai KMO MSA > 0.50, maka metode selanjutnya, kita dapat melihat apakah nilai variabel yang diteliti mampu menjelaskan faktor atau tidak dengan melihat nilai *communality*. Jika nilai komunalitas > 0.50, maka variabel tersebut dianggap mampu menjelaskan faktor. Setelah melihat nilai *eigenvalues* untuk melihat berapa banyak faktor yang terbentuk, kita dapat menemukan bahwa nilai *eigenvalues* > 1. Tahap selanjutnya adalah *Rotated Component Matrix*. Nilai korelasi dalam matriks ini membantu dalam memahami bagaimana variabel dan faktor berhubungan satu sama lain. Nilai ini memungkinkan kita untuk menemukan bagaimana variabel dikelompokkan ke dalam faktor yang berbeda (Hair et al. 2010).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Metode *confirmatory factor analysis* (CFA). Temuan pengujian adalah sebagai berikut:

Tabel 1. KMO and Bertlett Test

<i>Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.</i>		.963
<i>Bartlett's Test of Sphericity</i>	<i>Approx. Chi-Square</i>	7544.018
	<i>df</i>	703
	<i>Sig.</i>	.000

Nilai *Kaiser Olkin Measure of Sampling Adequacy* (KMO MSA) sebesar 0.963 (>0.50) berdasarkan hasil perhitungan CFA, dan *Bartlett's test of sphericity* memberikan hasil yang signifikan dengan nilai 0.000 (sig <0.05), yang mengindikasikan bahwa analisis faktor dapat dilanjutkan.

Tabel 2. *Anti-Image Correlation*

Indikator	Nilai <i>Anti-Image Correlation</i>	Nilai Acuan	Kesimpulan
KL1	.952	> 0.50	Asumsi <i>measure of sampling adequacy</i> terpenuhi
KL2	.960		
KL3	.939		
KL4	.954		
KKD1	.971		
KKD2	.966		
KKD3	.947		
KKD4	.968		
KKD5	.970		
KKM1	.965		
KKM2	.969		
KKM3	.951		
KKM4	.967		
PSKT1	.974		
PSKT2	.970		
PSKT3	.973		
PSKT4	.962		
PSKT5	.970		
PDKO1	.972		
PDKO2	.967		
PDKO3	.948		
PDKO4	.962		
PSDM1	.965		
PSDM2	.968		

PSDM3	.957
PKPK1	.969
PKPK2	.965
PKPK3	.966
PKPK4	.982
PKPP1	.951
PKPP2	.958
PKPP3	.939
PKPP4	.969
PKKK1	.957
PKKK2	.956
PKKK3	.926
PKKK4	.912
PKKK5	.937

Pada hasil *Anti-Image Matrices* yang menunjukkan MSA, nilai MSA dapat ditemukan pada *diagonal anti-Image Correlation* yang di tandai dengan huruf "a". Berdasarkan tabel yang ada, terlihat bahwa semua faktor pada nilai MSA bernilai > 0.50. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa nilai MSA telah terpenuhi.

Tabel 3. *Communalities*

	<i>Initial</i>	<i>Extraction</i>
KL1	1.000	.633
KL2	1.000	.722
KL3	1.000	.346
KL4	1.000	.552
KKD1	1.000	.571
KKD2	1.000	.619
KKD3	1.000	.444
KKD4	1.000	.644
KKD5	1.000	.695
KKM1	1.000	.435
KKM2	1.000	.624
KKM3	1.000	.529
KKM4	1.000	.611
PSKT1	1.000	.755
PSKT2	1.000	.563
PSKT3	1.000	.703
PSKT4	1.000	.634
PSKT5	1.000	.754
PDKO1	1.000	.762
PDKO2	1.000	.702
PDKO3	1.000	.682
PDKO4	1.000	.701
PSDM1	1.000	.651
PSDM2	1.000	.601
PSDM3	1.000	.617
PKPK1	1.000	.723
PKPK2	1.000	.611
PKPK3	1.000	.464
PKPK4	1.000	.696
PKPP1	1.000	.577
PKPP2	1.000	.541
PKPP3	1.000	.448
PKPP4	1.000	.600
PKKK1	1.000	.693

PKKK2	1.000	.706
PKKK3	1.000	.474
PKKK4	1.000	.531
PKKK5	1.000	.479

Dari hasil tabel *communalities*, sebanyak 31 dari 38 item yang digunakan memiliki nilai *extraction* > 0.50 sedangkan 7 item memiliki nilai < 0.50 maka dengan itu perlu dilakukan uji analisis dari awal. Hal ini sejalan dengan pendapat Hair et al. (2010) menjelaskan apabila nilai *communalities* < 0.50 menunjukkan bahwa indikator atau item tersebut tidak dapat menjelaskan faktor, dan indikator tersebut harus dikeluarkan dan uji analisis dimulai dari awal.

Tabel 4. *Communalities*

	<i>Initial</i>	<i>Extraction</i>
KL1	1.000	.636
KL2	1.000	.729
KL4	1.000	.599
KKD1	1.000	.545
KKD2	1.000	.669
KKD4	1.000	.635
KKD5	1.000	.682
KKM2	1.000	.643
KKM3	1.000	.561
KKM4	1.000	.620
PSKT1	1.000	.773
PSKT2	1.000	.577
PSKT3	1.000	.731
PSKT4	1.000	.677
PSKT5	1.000	.760
PDKO1	1.000	.764
PDKO2	1.000	.703
PDKO3	1.000	.698
PDKO4	1.000	.710
PSDM1	1.000	.654
PSDM2	1.000	.608
PSDM3	1.000	.629
PKPK1	1.000	.725
PKPK2	1.000	.621
PKPK4	1.000	.695
PKPP1	1.000	.593
PKPP2	1.000	.552
PKPP4	1.000	.611
PKKK1	1.000	.697
PKKK2	1.000	.730
PKKK4	1.000	.516

Setelah dilakukan uji analisis, item KL1, KKD3, KKM1, PKPK3, PKPP3, PKKK3, dan PKKK5 dieliminasi. Berdasarkan data, nilai *communalities* untuk setiap item > 0.50 dan dapat mencapai maksimum 0.773.

Tabel 5. Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	16.976	53.051	53.051	16.976	53.051	53.051	7.458	23.305	23.305
2	2.616	8.174	61.225	2.616	8.174	61.225	7.433	23.227	46.532
3	1.237	3.865	65.090	1.237	3.865	65.090	5.938	18.558	65.090

Tabel "Total Variance Explained" adalah output penting untuk mengetahui berapa banyak faktor yang digunakan dalam analisis faktor. Kolom "component" pada tabel ini menunjukkan bahwa ada tiga faktor yang berpotensi menggambarkan item yang diteliti. Kolom "Initial Eigenvalues", di sisi lain, berfungsi untuk menentukan berapa banyak faktor yang dapat dibuat dengan menggunakan nilai yang > 1. Tiga kelompok faktor dapat dibuat, karena tabel menunjukkan bahwa komponen 1, 2, dan 3 memiliki nilai eigen yang > 1.

Tabel 6. Rotated Component Matrix

	Component		
	1	2	3
KL2	.778		
KL1	.755		
PSKT3	.683	.420	
PSKT4	.665	.401	
PSKT1	-.636	-.445	-.413
PSKT5	.635	.532	
KKM2	.615	.449	
PSDM3	.612	.463	
KKD1	.607		
KKD5	.606	.401	.394
PDKO4	.604	.486	
PDKO1	.599	.587	
KKM4	.539	.519	
PSDM2	.537	.454	
KKD4	.527	.461	.381
PKKK2		.777	
PKKK1		.765	
PKPP2		.712	
PKPP1		.701	
PKPP4		.693	
PKPK4	.472	.635	
PKPK1	.515	.623	
PDKO2	-.510	-.617	
PDKO3			-.785
KKD2			.759
PKPK2			.723
KL4			.722
PSDM1			-.714
KKM3			-.673
PSKT2	.411		.644
PKKK4	.355		.617

Sesuai dengan pedoman Nilai *Factor Loading* Menurut Hair et al. (2010), jika jumlah sampel 251 maka Nilai *Factor Loading* adalah  $> 0.35$ . Pada tabel *Rotated Component Matrix* item yang digunakan nilai *Factor Loading*  $< 0.35$  yang dimana terdapat pada item PDKO2 dan PSKT1, maka dari itu dilakukan pengguguran pada kedua item tersebut.

Tabel 7. *Rotated Component Matrix*

	Component		
	1	2	3
KL2	.781		
KL1	.765		
PSKT3	.676	.429	
PSKT4	.655	.405	
PSKT5	.625	.533	
PSDM3	.616	.468	
KKM2	.613	.454	
KKD1	.609		
KKD5	.605	.399	.398
PDKO4	.601	.485	
PDKO1	.594	.581	
PSDM2	.531	.456	
KKM4	.527	.526	
KKD4	.523	.461	.385
PKKK2		.782	
PKKK1		.768	
PKPP2		.717	
PKPP1		.703	
PKPP4		.696	
PKPK4	.468	.632	
PKPK1	.513	.625	
PDKO3			-.786
KKD2			.760
PKPK2			.726
KL4			.722
PSDM1			-.716
KKM3			-.676
PSKT2	.406		.647
PKKK4	.356		.617

Setelah melakukan pengguguran item, diperoleh bahwa nilai *Factor Loading*  $> 0.35$  dan item-item tersebut mengelompok dalam satu faktor tertentu. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa item yang digunakan sudah konsisten berada dalam variabel tersebut.

Penelitian ini menganalisis tiga aspek utama *Perceived External Prestige* (PEP): Kepribadian, Pengembangan Sosial, dan Pelatihan Karir. Penelitian ini membahas bagaimana sifat seseorang memengaruhi cara mereka melihat reputasi organisasi di mata orang lain. Hasilnya menunjukkan bahwa kepribadian karyawan memengaruhi cara mereka melihat prestise organisasi di mata orang lain. Selanjutnya membahas tentang bagaimana sifat seseorang memengaruhi cara mereka melihat reputasi organisasi di mata orang lain. Hasil penelitian menunjukkan bahwa organisasi yang terlibat dalam

pengembangan sosial, memiliki efek positif pada PEP. Tak hanya itu penelitian ini juga membahas tentang pelatihan karir berkontribusi pada peningkatan keterampilan karyawan dan pembentukan citra positif perusahaan di mata publik. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa pelatihan karir memiliki korelasi kuat dengan PEP. Karyawan yang menerima pelatihan berkualitas tinggi merasa lebih dihargai dan merasa perusahaan mereka memiliki reputasi yang baik di mata orang lain.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan yang diungkapkan oleh Ardiansyah et al. (2024), yang meneliti sejumlah topik terkait kepribadian, pengembangan sosial, dan pelatihan kejuruan. Hasilnya, PEP secara signifikan mempengaruhi seberapa baik kinerja karyawan di perusahaan tempat mereka bekerja. Selain itu, penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan dengan reputasi eksternal yang positif dapat meningkatkan loyalitas dan motivasi karyawan.

Dari hasil analisis dapat disimpulkan bahwa nilai dari *loading factor* semua item pada faktor 1,2, dan 3 adalah  $> 0.35$ . Hal ini menunjukkan bahwa seluruh item tersebut valid dan berkelompok dengan baik, yang menegaskan bahwa instrument *perceived external prestige* (PEP) efektif digunakan di lingkungan kerja. Hasil ini diperkuat dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sabir and Umar (2023) pada temuan ini juga sama-sama menggunakan metode analisis faktor yang menyoroti bagaimana *perceived external prestige* tidak hanya meningkatkan komitmen kerja karyawan. Temuan ini menegaskan pentingnya memperkuat reputasi eksternal organisasi sebagai langkah strategis untuk menciptakan lingkungan kerja yang lebih sehat dan produktif.

Lebih lanjut, penelitian oleh Cheng et al. (2022), yang menggunakan model analisis faktor untuk mengeksplorasi PEP. Penelitian tersebut menunjukkan pentingnya PEP dalam mempengaruhi cara kerja karyawan dan membantu mereka mengelola emosi di tempat kerja. Dalam penelitian ini, analisis faktor dilakukan untuk menilai validitas konvergen dan diskriminan dari konstruk laten yang digunakan, Dan hasil statistik menunjukkan bahwa model pengukuran faktor yang dihipotesiskan dapat diterima. Hal ini sejalan dengan temuan lainnya yang menunjukkan semakin tinggi PEP yang dirasakan karyawan semakin kecil kemungkinan mereka untuk terlibat dalam perilaku menyimpang (Sabir and Umar, 2023).

Penelitian lainnya juga yang dilakukan oleh Kang et al., (2011), menegaskan pentingnya reputasi eksternal organisasi dan lingkungan kerja yang etis dalam membangun komitmen karyawan serta menciptakan sikap positif di tempat kerja. Penelitian ini didukung bahwa PEP berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan kerja, yang pada gilirannya berpengaruh negatif terhadap perilaku menyimpang (Emilisa et al., 2018; Paramita and Wibawa 2022; Pratiwi et al., 2022). Dengan demikian, hasil-hasil ini memberikan tentang relevansi PEP dalam meningkatkan kepuasan kerja dan mengurangi perilaku menyimpang di kalangan karyawan serta menyoroti peran reputasi eksternal organisasi dalam mendukung kinerja karyawan.

Secara keseluruhan, penelitian ini memberikan bukti empiris yang kuat mengenai validitas dan reliabilitas instrument *perceived external prestige* (PEP) serta menawarkan implikasi praktis bagi organisasi dalam usaha meningkatkan citra, reputasi, dan kinerja karyawan. Dengan memahami dan mengelola PEP secara efektif, organisasi memiliki kesempatan untuk menciptakan lingkungan kerja yang positif, produktif, dan berkelanjutan. Lebih jauh lagi, penting untuk diakui bahwa pandangan karyawan mengenai PEP tidak hanya dipengaruhi oleh faktor-faktor internal, tetapi juga oleh beberapa faktor eksternal. Diantaranya adalah kondisi ekonomi, dinamika industri, serta isu-isu sosial yang relevan. Sebagai contoh, organisasi yang beroperasi dalam industri yang berkembang pesat

cenderung memiliki PEP yang lebih tinggi dibandingkan dengan organisasi yang berada dalam industri yang mengalami penurunan.

Selain itu, sangat penting untuk memperhatikan peran kepemimpinan dalam membentuk PEP. Pemimpin yang efektif memiliki kemampuan untuk mengkomunikasikan visi dan nilai-nilai organisasi dengan jelas dan meyakinkan, baik kepada karyawan internal maupun pihak eksternal. Contohnya, kepemimpinan yang bersifat transformasional dapat menginspirasi karyawan untuk merasa bangga menjadi bagian dari organisasi dan termotivasi untuk berkontribusi dalam mencapai tujuan Bersama (Ardiansyah et al., 2024). Oleh karena itu, inventasi dalam pengembangan kepemimpinan yang menekankan komunikasi, transparansi, dan etika bisa menjadi strategi kunci untuk meningkatkan PEP. Penelitian lebih lanjut juga dapat mengeksplorasi peran mediasi atau moderasi kepemimpinan dalam hubungan antara PEP dan berbagai variabel organisasi lainnya.

Penelitian ini membuka kesempatan untuk menggali lebih dalam peran media sosial dan teknologi digital dalam membentuk PEP. Ditengah era digital saat ini, informasi mengenai suatu organisasi dapat dengan mudah tersebar melalui berbagai platform media sosial. Ulasan dan opini dari pelanggan, karyawan, serta masyarakat umum dapat dengan cepat mempengaruhi pandangan orang tentang organisasi tersebut. Oleh karena itu, penting bagi organisasi untuk secara proaktif mengelola citra mereka di media sosial dan memanfaatkan platform-platform ini untuk berkomunikasi dengan efektif kepada para pemangku kepentingan. Penelitian lebih lanjut juga dapat mengeksplorasi bagaimana strategi pemasaran digital berdampak pada PEP, serta bagaimana organisasi dapat menggunakan data media sosial untuk memantau dan memperbaiki reputasi.

## SIMPULAN

Penelitian ini berhasil memvalidasi instrumen *Perceived External Prestige* (PEP) menggunakan metode *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) pada sampel karyawan swasta di Papua Barat Daya. Hasil analisis menegaskan bahwa instrumen ini, yang mengukur tiga dimensi PEP (Kepribadian, Pengembangan Sosial, dan Pelatihan Karir), efektif digunakan untuk mengukur persepsi karyawan terhadap reputasi organisasi di mata pihak eksternal. Validasi instrumen PEP ini memberikan kontribusi penting dalam manajemen sumber daya manusia, khususnya dalam memahami bagaimana persepsi karyawan terhadap reputasi organisasi dapat memengaruhi kinerja dan kepuasan kerja mereka. Hasil penelitian ini menekankan pentingnya bagi organisasi untuk memperhatikan dan memelihara citra positif di mata publik, karena hal ini dapat meningkatkan komitmen, kepuasan, dan kinerja karyawan, serta mengurangi perilaku menyimpang di tempat kerja. Validasi instrumen PEP ini juga membuka peluang untuk penelitian lebih lanjut dalam bidang manajemen dan psikologi organisasi, serta dapat digunakan sebagai dasar bagi pengembangan strategi untuk meningkatkan reputasi organisasi dan kesejahteraan karyawan. Penting untuk mengakui keterbatasan penelitian ini, meskipun kontribusinya patut dicatat. Hasil penelitian ini harus diekstrapolasi secara hati-hati ke populasi yang lebih besar karena terbatas pada karyawan swasta di Papua Barat Daya. Sampel yang lebih bervariasi dari berbagai daerah dan sektor ekonomi di Indonesia dapat digunakan dalam penelitian selanjutnya. Selain itu, penelitian ini hanya menggunakan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) sebagai metode kuantitatif. Sebagai hasilnya, pendekatan kualitatif dapat digunakan dalam penelitian di masa depan untuk menyelidiki pengalaman dan sudut pandang karyawan mengenai PEP.

## REFERENSI

- Ardiansyah, F., Sanaba, H. F., Salu, L. T., & Budi, A. R. S. (2024). *The Moderating Role of Transformational Leadership on the Relationship Between Perceived External Prestige and Employee Performance*. 13(2), 237–245.  
<https://doi.org/10.17977/um023v13i22024p237-245>
- Azwar, S. (2017). *Metode Penelitian Psikologi, Edisi II*. Pustaka Pelajar.
- Cheng, P., Jiang, J., & Liu, Z. (2022). The Influence of Perceived External Prestige on Emotional Labor of Frontline Employees: The Mediating Roles of Organizational Identification and Impression Management Motive. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(17).  
<https://doi.org/10.3390/ijerph191710778>
- Diamantidis, A. D., & Chatzoglou, D. P. (2019). Factors affecting employee performance: an empirical approach. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 68(1), 171–193. <https://doi.org/10.1108/IJPPM-01-2018-0012>
- Donmez-Turan, A., & Mendes Pekdemir, I. (2014). The Mediating Role of Organizational Identity Complexity/Congruence on the Relationship between Perceived Organizational Prestige and In-Role /Extra-Role Performance. In *International Journal of Business and Social Science* (Vol. 5, Issue 9).  
<https://www.researchgate.net/publication/281860145>
- Emilisa, N., Putra, D. P., & Yudhaputri, E. A. (2018). Perceived External Prestige, Deviant Workplace Behavior Dan Job Satisfaction Pada Karyawan Industri Otomotif Di Jakarta. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 11(2), 247–262.  
<https://doi.org/10.25105/jmpj.v11i2.2959>
- Firduas, N. I., & Nirawati, L. (2024). Pengaruh Perceived External Prestige, Pay Satisfaction, dan Work Pressure Terhadap Employee Performance PT Pelindo Daya Sejahtera. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(6), 3939–3947. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i6.1290>
- Gadi, P. D., Mailumu, A. S., & Wash, P. M. (2024). Employees' deviant workplace behavior, employee external prestige, and job satisfaction: Evidence from Nigeria. *Human Resources Management and Services*, 6(3).  
<https://doi.org/10.18282/hrms.v6i3.3423>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis*. Pearson Education .
- Kang, D. seok, Stewart, J., & Kim, H. (2011). The effects of perceived external prestige, ethical organizational climate, and leader-member exchange (LMX) quality on employees' commitments and their subsequent attitudes. *Personnel Review*, 40(6), 761–784. <https://doi.org/10.1108/00483481111169670>
- Lewaherilla, N. C., Pentury, G. M., Huwae, V., & Atamimi, R. (2022). The Role of Job Satisfaction as a Mediation of Perceived External Prestige and Deviant Behavior. *Enrichment: Journal of Management*, 12(4).
- Mael, F., & Ashforth, B. E. (1992). Alumni and their alma mater: A partial test of the reformulated model of organizational identification. *Journal of Organizational Behavior*, 13(2), 103–123. <https://doi.org/10.1002/job.4030130202>
- Mujianto Gracia, E., & Indarto, I. (2021). *Moderasi Komitmen Afektif, Terhadap Hubungan Masa Kerja Dan Perceived External Prestige Dengan Kinerja Karyawan*.  
<http://journals.usm.ac.id/index.php/jreb>
- Ojedokun, O., Idemudia, E. S., & Desouza, M. (2015). Perceived external prestige as a mediator between quality of work life and organisational commitment of public

- sector employees in ghana. *SA Journal of Industrial Psychology*, 41(1), 1–10.  
<https://doi.org/10.4102/sajip.v41i1.1216>
- Paramita, N. L. D. D., & Wibawa, I. M. A. (2022). Mediasi Kepuasan Kerja Pada Pengaruh Perceived External Prestige Terhadap Workplace Deviant Behavior Karyawan PT. BPR Pedungan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 11(8), 1483. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2022.v11.i08.p03>
- Pratiwi, I. W., Armanu, A., & Rahayu, M. (2022). Perceived External Prestige On Deviant Workplace Behavior With Mediation Of Job Satisfaction And Organizational Commitment. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 20(3).  
<https://doi.org/10.21776/ub.jam.2022.020.03.16>
- Putra, D. P. (2017). *Pengaruh perceived external prestige terhadap deviant workplace behavior yang dimediasi oleh job satisfaction pada karyawan Hotel Grand Hyatt Jakarta*. Universitas Trisakti.
- Sabir, H., & Umar, M. (2023). The Effect of Perceived External Prestige on Deviant Workplace Behavior: Mediating the Role Of Job Satisfaction. *Qlantic Journal of Social Sciences and Humanities*, 4(3), 183–195.  
<https://doi.org/10.55737/qjssh.783711041>
- Tuna, M., Ghazzawi, I., Yesiltas, M., Tuna, A. A., & Arslan, S. (2016). The effects of the perceived external prestige of the organization on employee deviant workplace behavior: The mediating role of job satisfaction. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28(2), 366–396.  
<https://doi.org/10.1108/IJCHM-04-2014-0182>
- Umar, J., & Faela Nisa, Y. (2020). Uji Validitas Konstruk dengan CFA dan Pelaporannya. *Jurnal Pengukuran Psikologi Dan Pendidikan Indonesia*, 9(2), 1–11.  
<https://doi.org/10.15408/jp3i.v9i2.XXXXX>