

SKRIPSI

PENGARUH KECERDASAN EMOSIONAL, KETERAMPILAN DIGITAL MARKETING DAN EFIKASI DIRI TERHADAP PRODUKTIVITAS KERJA TENAGA PEMASARAN (*MARKETING ASSOCIATE*) AGEN PROPERTI DI WILAYAH BOGOR TIMUR



Diajukan Oleh:

**WANRI LUMBANTORUAN
NIM: 2025020060R**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS GRESIK
GRESIK
2026**

SKRIPSI

**PENGARUH KECERDASAN EMOSIONAL, KETERAMPILAN
DIGITAL MARKETING DAN EFIKASI DIRI TERHADAP
PRODUKTIVITAS KERJA TENAGA PEMASARAN
(*MARKETING ASSOCIATE*) AGEN PROPERTI
DI WILAYAH BOGOR TIMUR**



Diajukan Oleh:

**WANRILUMBANTORUAN
NIM: 2025020060R**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI**

UNIVERSITAS GRESIK
GRESIK
2026

LEMBAR PENGESAHAN

Judul skripsi : Pengaruh Kecerdasan Emosional, Keterampilan Digital Marketing dan Efikasi Diri Terhadap Produktivitas Kerja Tenaga Pemasaran (*Marketing Associate*) Agen Properti di Wilayah Bogor Timur

Nama Mahasiswa : Wanri Lumbantoruan

NIM : 2025020060R

Telah dipertahankan / diuji dihadapan Tim Penguji

Pada Tanggal : **07 Juli 2026**

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS GRESIK
TA 2025/ 2026

TIM PENGUJI :

1. Dr. Fransiska Dyah Ayu Puspitasari, S.Psi.,M.M
NUPTK. 0639760661230272
Ketua

1. 

2. Dr. Suharto, M.M
NUPTK. 1254736637130043
Anggota I

2. 

3. Rachmad Ilham, S.Ant.,M.PSDM.,HC
NUPTK. 2055770671130303
Anggota II

3. 



Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi

Rachmad Ilham, S.Ant.,M.PSDM.,HC
NUPTK. 2055770671130303

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH KECERDASAN EMOSIONAL, KETERAMPILAN DIGITAL
MARKETING DAN EFIKASI DIRI TERHADAP PRODUKTIVITAS KERJA
TENAGA PEMASARAN (*MARKETING ASSOCIATE*) AGEN PROPERTI
DI WILAYAH BOGOR TIMUR**

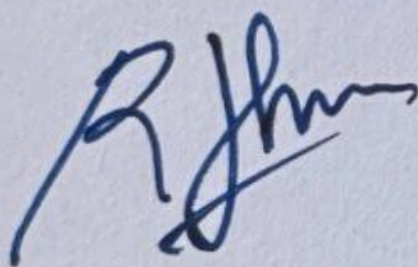
SKRIPSI

Diajukan Oleh:
Wanri Lumbantoruan
NIM: 2025020060R

Skripsi telah disetujui untuk diujikan
Pada Tanggal

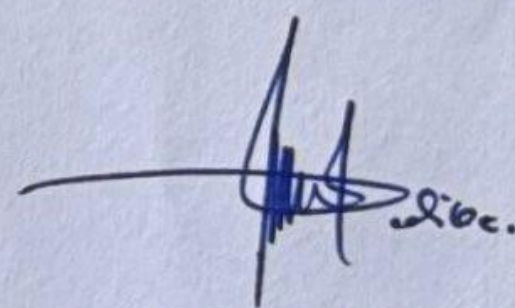
Oleh:

Pembimbing I



Rachmad Ilham, S.Ant., M.PSDM., HC
NUPTK. 2055770671130303

Pembimbing II



Adiba Fuad Syamlan, S.E., M.M
NUPTK. 5856765666230242

Ketua Program Studi Manajemen



Umar Burhan, S.E., M.M
NUPTK. 6850758659130132

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **Wanri Lumbantoruan**
Tempat/tanggal lahir : Parhorboan, 08/12/1981
NIM : 2025020060R
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi yang saya buat dengan judul: *Pengaruh Kecerdasan Emosional, Keterampilan Digital Marketing dan Efikasi Diri Terhadap Produktivitas Kerja Tenaga Pemasaran (Marketing Associate) Agen Properti di Wilayah Bogor Timur*. Adalah hasil karya saya sendiri dan bukan "**duplikasi**" dari karya orang lain. Sepengetahuan saya didalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh Gelar Akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur plagiasi, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh **DIBATALKAN**, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa paksaan dan tekanan dari pihak manapun.

Gresik, Juli 2026

Yang menyatakan,



Wanri Lumbantoruan

**PENGARUH KECERDASAN EMOSIONAL, KETERAMPILAN DIGITAL
MARKETING DAN EFIKASI DIRI TERHADAP PRODUKTIVITAS
KERJA TENAGA PEMASARAN (*MARKETING ASSOCIATE*)
AGEN PROPERTI DI WILAYAH BOGOR TIMUR**

Wanri Lumbantoruan

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Gresik

ABSTRAK

Perkembangan sektor properti di Indonesia, khususnya di wilayah Bogor Timur, menghadirkan peluang sekaligus tantangan bagi tenaga pemasaran (*Marketing Associate*) dalam meningkatkan produktivitas kerja. Dinamika pasar yang kompetitif menuntut tenaga pemasaran tidak hanya memiliki keterampilan teknis, tetapi juga kompetensi psikologis yang mumpuni, seperti kecerdasan emosional, keterampilan digital marketing, dan efikasi diri. Faktor-faktor tersebut diduga memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja tenaga pemasaran dalam menghadapi persaingan dan perubahan pasar. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kecerdasan emosional, keterampilan digital marketing, dan efikasi diri terhadap produktivitas kerja *Marketing Associate* pada agen properti di wilayah Bogor Timur. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada responden. Analisis data dilakukan dengan menggunakan teknik statistik untuk menguji hubungan dan pengaruh antar-variabel penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Kecerdasan Emosional (X_1) memiliki hubungan yang sangat kuat dengan Produktivitas Kerja (Y), dengan nilai koefisien korelasi (r) sebesar 0,912 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($< 0,05$). Hasil tersebut menunjukkan bahwa Kecerdasan Emosional berpengaruh positif dan signifikan terhadap Produktivitas Kerja. Selanjutnya, variabel Keterampilan Digital Marketing (X_2) memiliki nilai koefisien korelasi (r) sebesar 0,887 dengan nilai signifikansi 0,000 ($< 0,05$), yang menunjukkan bahwa Keterampilan Digital Marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap Produktivitas Kerja. Sementara itu, variabel Efikasi Diri (X_3) memiliki nilai koefisien korelasi (r) sebesar 0,798 dengan nilai signifikansi 0,000 ($< 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa Efikasi Diri juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Produktivitas Kerja. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, seluruh hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dinyatakan diterima. Di antara ketiga variabel tersebut, Kecerdasan Emosional merupakan variabel yang memiliki hubungan paling kuat dengan Produktivitas Kerja, yang ditunjukkan oleh nilai koefisien korelasi tertinggi, yaitu sebesar 0,912. Secara bersama-sama, Kecerdasan Emosional, Keterampilan Digital Marketing, dan Efikasi Diri berpengaruh signifikan terhadap Produktivitas Kerja karyawan.

Kata Kunci: *Kecerdasan Emosional, Keterampilan Digital Marketing, Efikasi Diri, dan Produktivitas Kerja.*

THE EFFECT OF EMOTIONAL INTELLIGENCE, DIGITAL MARKETING SKILLS AND SELF-EFFICACY ON THE WORK PRODUCTIVITY OF MARKETING ASSOCIATES AT PROPERTY AGENCIES IN THE EAST BOGOR AREA

Wanri Lumbantoruan

Management Study Program, Faculty of Economics, Universitas Gresik

ABSTRACT

The development of the property sector in Indonesia, particularly in the East Bogor area, presents both opportunities and challenges for Marketing Associates in improving their work productivity. The increasingly competitive market dynamics require marketing personnel not only to possess technical skills but also strong psychological competencies, such as emotional intelligence, digital marketing skills, and self-efficacy. These factors are presumed to have a significant influence on the performance of marketing personnel in facing market competition and changes. This study aims to analyze the effect of emotional intelligence, digital marketing skills, and self-efficacy on the work productivity of Marketing Associates at property agencies in the East Bogor area. The research employed a quantitative approach using a survey method. Data were collected through questionnaires distributed to respondents. Data analysis was conducted using statistical techniques to examine the relationships and effects among the research variables. The results showed that the Emotional Intelligence variable (X_1) had a very strong relationship with Work Productivity (Y), with a correlation coefficient (r) of 0.912 and a significance value of 0.000 (< 0.05). These findings indicate that Emotional Intelligence has a positive and significant effect on Work Productivity. Furthermore, the Digital Marketing Skills variable (X_2) obtained a correlation coefficient (r) of 0.887 with a significance value of 0.000 (< 0.05), indicating that Digital Marketing Skills have a positive and significant effect on Work Productivity. Meanwhile, the Self-Efficacy variable (X_3) achieved a correlation coefficient (r) of 0.798 with a significance value of 0.000 (< 0.05), demonstrating that Self-Efficacy also has a positive and significant effect on Work Productivity. Based on the hypothesis testing results, all hypotheses proposed in this study were accepted. Among the three independent variables, Emotional Intelligence was found to have the strongest relationship with Work Productivity, as indicated by the highest correlation coefficient value of 0.912. Simultaneously, Emotional Intelligence, Digital Marketing Skills, and Self-Efficacy were proven to have a significant effect on employees' Work Productivity.

Keywords: *Emotional Intelligence, Digital Marketing Skills, Self-Efficacy, and Work Productivity.*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yesus Kristus atas kasih karunia, penyertaan, hikmat, serta bimbingan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kecerdasan Emosional, Keterampilan Digital Marketing dan Efikasi Diri terhadap Produktivitas Kerja Tenaga Pemasaran (*Marketing Associate*) Agen Properti di Wilayah Bogor Timur”** dengan baik.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M.) pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Gresik. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa keberhasilan penyelesaiannya tidak terlepas dari bantuan, dukungan, bimbingan, motivasi, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Rian Pramana Suwanda, S.STP., M.HP., CHRMP, selaku Rektor Universitas Gresik yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas kepada penulis untuk menempuh pendidikan pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Gresik.
2. Rachmad Ilham, S.Ant., M.PSDM., HC, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Gresik yang telah memberikan dukungan, arahan, serta fasilitas selama penulis menempuh pendidikan dan menyelesaikan studi.
3. Umar Burhan, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Gresik yang telah memberikan motivasi, arahan, dan dukungan kepada penulis selama menjalani proses perkuliahan hingga penyelesaian skripsi ini.
4. Rachmad Ilham, S.Ant., M.PSDM., HC, selaku Dosen Pembimbing I, dan Adiba Fuad Syamlam, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing II, yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan, arahan, masukan, serta motivasi kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh dosen dan staf tata usaha Fakultas Ekonomi Universitas Gresik yang telah memberikan ilmu pengetahuan, pelayanan, bantuan administrasi, dan berbagai informasi yang sangat membantu selama masa perkuliahan.
6. Rekan-rekan mahasiswa Program Rekognisi Pembelajaran Lampau (RPL) Angkatan Tahun 2025 yang telah memberikan dukungan, semangat, serta kebersamaan selama menjalani proses pendidikan.
7. Istri tercinta, Imelda Dewi Murni Ginting, A.Md.Kep., yang senantiasa memberikan kasih sayang, doa, dukungan moral, semangat, serta pengorbanan yang luar biasa selama penulis menempuh pendidikan dan menyelesaikan skripsi ini.
8. Anak-anak terkasih, Deven Michael, Dicho Matthew, dan Dina Meilia, yang selalu menjadi sumber inspirasi, motivasi, dan semangat bagi penulis untuk terus berjuang dan menyelesaikan pendidikan ini.
9. Orang tua tercinta, khususnya Papa (alm) dan Mama, yang telah memberikan kasih sayang, doa, dukungan, serta nilai-nilai kehidupan yang menjadi landasan bagi penulis dalam menempuh pendidikan dan menjalani kehidupan.

10. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan, dukungan, doa, dan kontribusi dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis berdoa kiranya Tuhan Yesus Kristus senantiasa melimpahkan berkat dan kasih-Nya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan pengetahuan, pengalaman, dan kemampuan yang dimiliki. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi penyempurnaan karya ilmiah ini. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang Manajemen Sumber Daya Manusia, serta dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya dan pihak-pihak yang membutuhkan.

Gresik, Juni 2026

Penulis,
Wanri Lumbantoruan

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN ORSINILITAS	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Batasan Penelitian	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	9

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Produktivitas Kerja.....	11
2.1.1 Pengertian Produktivitas Kerja	11
2.1.2 Faktor Produktivitas Kerja.....	13
2.1.3 Indikator Produktivitas Kerja.....	16
2.2. Kecerdasan Emosional	18
2.2.1 Pengertian Kecerdasan Emosi	18
2.2.2 Faktor -faktor Yang Memengaruhi Kecerdasan Emosi.....	21
2.2.3 Indikator Kecerdasan Emosi.....	23
2.3. Keterampilan Digital Marketing	25
2.3.1 Pengertian Digital Marketing.....	25
2.3.2 Media Digital Marketing	27
2.3.3 Keunggulan Digital Marketing	30
2.3.4 Tantangan Digital Marketing.....	32
2.3.5 Strategi dalam Digital Marketing.....	35
2.3.6 Indikator Digital Marketing	38
2.4. Efikasi Diri.....	40
2.4.1 Pengertian Efikasi Diri	40
2.4.2 Dimensi Efikasi Diri.....	43
2.4.3 Faktor yang Mempengaruhi Efikasi Diri.....	45
2.4.4 Indikator Efikasi Diri.....	46
2.5. Penelitian Terdahulu.....	48
2.6. Kerangka Konseptual	52
2.7. Hipotesis	55

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	56
3.1.1. Jenis Penelitian	56
3.1.2. Pendekatan Penelitian	56

3.2	Definisi Operasional Variabel	57
3.3	Indikator Variabel Penelitian	58
3.4	Populasi Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	59
3.4.1	Populasi Penelitian	59
3.4.2	Sampel Penelitian.....	61
3.4.3	Teknik Pengambilan Sampel Penelitian.....	61
3.5	Metode Pengumpulan Data.....	62
3.5.1	Jenis Data	62
3.5.2	Tingkat Data	63
3.5.3	Sumber Data	66
3.6	Metode Analisis Data	67
3.6.1	Uji Asumsi Klasik.....	69
3.6.2	Analisis Regresi Berganda	70
3.6.3	Uji Hipotesis.....	71
3.6.4	Uji Koefisien Determinasi.....	72
BAB VI PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN		
4.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	73
4.2	Waktu Penelitian	74
4.3	Hasil Penelitian.....	76
4.3.1	Statistik Deskriptif.....	76
4.3.2	Uji Asumsi Klasik	78
a.	Uji Normalitas	79
b.	Uji Heteroskedastisitas.....	79
c.	Uji Multikolinearitas	80
d.	Uji Autokorelasi	80
e.	Uji Linearitas	81
4.3.3	Analisis Regresi Berganda.....	85
4.3.4	Uji Hipotesis	86
a.	Uji t.....	86
b.	Uji F.....	87
4.3.5	Uji Koefisien Determinasi	87
4.3.6	Pembahasan dan Hasil Penelitian.....	88
BAB V PENUTUP		
5.1	Kesimpulan.....	102
5.2	Implikasi Penelitian.....	105
5.2.1	Implikasi Teoritis	105
5.2.2	Implikasi Praktis	106
5.3	Keterbatasan penelitian	109
5.4	Saran.....	111
DAFTAR PUSTAKA		116
LAMPIRAN		119

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	48
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	57
Tabel 3.2 Indikator Variabel	58
Tabel 3.3 Skala Pengukuran Likert	59
Tabel 4.1 Jadwal Pelaksanaan Penelitian	75
Tabel 4.2. Statistik Deskriptif	76
Tabel 4.3 Hasil Uji Normalitas	79
Tabel 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas	79
Tabel 4.5 Hasil Uji Multikolinearitas	80
Tabel 4.6 Koefisien Regresi	85

LAMPIRAN

Instrumen Kuesioner	119
Tabel Hasil Angket	125
Dokumentasi Kegiatan Agen Properti.....	