

ABSTRAK

Perbedaan *Psychological Empowerment* Antara Pegawai Pemasaran Konvensional dan Pegawai Pemasaran Digital

Shaskia Ayu Azzahra¹⁾, Gita Widya Laksmi Soerjoatmodjo²⁾

¹⁾Mahasiswa Program Studi Psikologi, Universitas Pembangunan Jaya

²⁾Dosen Program Studi Psikologi, Universitas Pembangunan Jaya

Penelitian ini mengkaji perbedaan *psychological empowerment* antara pegawai pemasaran konvensional dan pegawai pemasaran digital dalam konteks perkembangan dunia digital. Dengan menggunakan metode kuantitatif dan *Psychological Empowerment Questionnaire* (PEQ), penelitian ini melibatkan 347 responden dari kedua kelompok. Untuk melihat perbedaan antara kedua kelompok tersebut, penelitian ini menggunakan uji Mann-Whitney U Test dan hasilnya menunjukkan bahwa kedua kelompok memiliki perbedaan yang signifikan. Analisis. Penelitian ini juga menganalisis menggunakan norma kategorisasi. Hasilnya menunjukkan bahwa sebagian besar pegawai pemasaran konvensional dan pegawai pemasaran digital masuk ke dalam kategori tinggi.

Kata kunci : *psychological empowerment*, pemasaran konvensional, pemasaran digital

Pustaka : 27

Tahun Publikasi : 1988 - 2024