

Pengaruh *Psychological Capital* terhadap *Organizational Commitment* Dimediasi *Career Adaptability* pada Pekerja Sales Promoter Industri FMCG

TIARA INTANIA & FAJRIANTHI

Departemen Psikologi Industri dan Organisasi, Fakultas Psikologi Universitas Airlangga

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *psychological capital* terhadap *organizational commitment* dengan *career adaptability* sebagai variabel mediator pada pekerja sales promoter industri *Fast-Moving Consumer Goods* (FMCG). Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatif dengan desain survei *cross-sectional* terhadap 108 sales promoter yang dipilih melalui *convenience sampling*. Data dikumpulkan menggunakan *Psychological Capital Questionnaire* (PCQ-24), *Organizational Commitment Questionnaire* (OCQ-21), dan *Career Adapt-Abilities Scale* (CAAS-24). Analisis data dilakukan menggunakan regresi linear dan uji mediasi *bootstrapping* melalui JAMOMI 2.7.24. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *psychological capital* berpengaruh positif signifikan terhadap *organizational commitment* dan *career adaptability*. Namun, *career adaptability* tidak berpengaruh signifikan terhadap *organizational commitment* serta tidak memediasi hubungan *psychological capital* terhadap *organizational commitment*. Temuan ini menunjukkan bahwa *psychological capital* merupakan sumber daya psikologis yang lebih dominan dalam membentuk komitmen organisasi pada pekerja sales promoter FMCG dibandingkan kemampuan adaptasi karier.

Kata kunci: *psychological capital, organizational commitment, career adaptability, sales promoter, FMCG.*

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of psychological capital on organizational commitment, with career adaptability as a mediating variable, among sales promoters in the Fast-Moving Consumer Goods (FMCG) industry. Psychological capital, as an individual psychological resource, is assumed to play a crucial role in enhancing both career adaptability and organizational commitment. This study employed a quantitative explanatory approach using a cross-sectional survey design. A total of 108 sales promoters were recruited through convenience sampling. Data were collected using the Psychological Capital Questionnaire (PCQ-24), Organizational Commitment Questionnaire (OCQ-21), and Career Adapt-Abilities Scale (CAAS-24). Data analysis was conducted using linear regression and bootstrapping mediation tests via JAMOMI 2.7.24. The results indicate that psychological capital has a significant positive effect on organizational commitment and career adaptability. However, career adaptability does not have a significant influence on organizational commitment nor does it mediate the relationship between psychological capital and organizational commitment. These findings suggest that psychological capital is a more dominant psychological resource in shaping organizational commitment among FMCG sales promoters compared to career adaptability.

Keywords: *psychological capital, organizational commitment, career adaptability, sales promoter, FMCG.*

PENDAHULUAN

Industri Fast-Moving Consumer Goods (FMCG) merupakan salah satu sektor bisnis dengan tingkat persaingan yang tinggi dan perkembangan yang sangat dinamis. Pertumbuhan sektor FMCG di Indonesia terus menunjukkan tren positif, bahkan tercatat sebagai yang tertinggi di Asia Tenggara pada kuartal I tahun 2025 (Databoks, 2025). Pertumbuhan tersebut didorong oleh tingginya konsumsi rumah tangga, perubahan gaya hidup masyarakat, serta meningkatnya kebutuhan konsumen terhadap produk sehari-hari. Di sisi lain, perkembangan teknologi digital, perubahan perilaku konsumen, dan kompetisi pasar yang semakin ketat turut menciptakan tantangan baru bagi perusahaan FMCG (Manyika, 2017; Supriadi, 2026). Dalam situasi tersebut, perusahaan membutuhkan strategi pemasaran yang efektif untuk mempertahankan daya saing dan mendorong keputusan pembelian konsumen. Salah satu faktor psikologis yang diperkirakan berperan dalam meningkatkan organizational commitment adalah psychological capital. Psychological capital mencerminkan kondisi psikologis positif individu yang terdiri dari self-efficacy, hope, resilience, dan optimism. Individu dengan psychological capital tinggi cenderung lebih mampu menghadapi tekanan kerja dan mempertahankan keterikatan terhadap organisasi.

Salah satu elemen penting dalam strategi pemasaran FMCG adalah keberadaan sales promoter sebagai pekerja lini depan perusahaan. Sales promoter berperan secara langsung dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen melalui aktivitas promosi, komunikasi produk, dan interaksi interpersonal di titik penjualan (Rusmardiana dkk., 2020; Jaya dkk., 2022; Hulu dkk., 2025). Berbagai penelitian menunjukkan bahwa sales promotion memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku pembelian konsumen pada produk FMCG (Lama & Chataut, 2022; Upadhyay, 2024; Etuk dkk., 2022). Peran tersebut membuat sales promoter menjadi aset penting perusahaan dalam membangun citra merek dan meningkatkan performa penjualan. Namun demikian, pekerjaan sebagai sales promoter identik dengan target tinggi, tuntutan performa, emotional labor, serta sistem kerja kontrak yang rentan terhadap ketidakpastian kerja (Cho dkk., 2012; Putri dkk., 2020). Agow (2017) juga menjelaskan bahwa dinamika pekerjaan sales promotion girl di Indonesia melibatkan tekanan sosial dan psikologis yang cukup kompleks.

Kondisi kerja yang penuh tekanan tersebut berpotensi memengaruhi organizational commitment pekerja. Organizational commitment merupakan keterikatan psikologis individu terhadap organisasi yang tercermin melalui keinginan untuk tetap bertahan dan berkontribusi dalam organisasi (Meyer & Allen, 1991). Meyer dkk. (2002) melalui meta-analisis menunjukkan bahwa organizational commitment berkorelasi positif dengan performa kerja dan negatif dengan turnover. Rendahnya komitmen organisasi dapat meningkatkan absensi maupun intensi keluar dari pekerjaan (Somers, 1995). Permasalahan turnover menjadi isu penting pada pekerja frontline FMCG, khususnya sales promoter yang sebagian besar bekerja dalam sistem kontrak dan outsourcing (Xia dkk., 2022). Situasi ini semakin diperkuat dengan meningkatnya ancaman PHK massal di berbagai sektor industri pada tahun 2025–2026 (CNBC Indonesia, 2025; CNN Indonesia, 2026). Oleh karena itu, diperlukan faktor psikologis yang mampu membantu pekerja mempertahankan komitmen terhadap organisasi di tengah kondisi kerja yang tidak stabil.

Salah satu faktor psikologis yang dipandang relevan adalah psychological capital. Menurut Fred Luthans dkk. (2007), psychological capital merupakan kondisi psikologis positif individu yang terdiri dari self-efficacy, hope, optimism, dan resilience. Psychological capital membantu individu menghadapi tekanan kerja, mempertahankan motivasi, dan tetap optimis dalam situasi yang menantang (Luthans & Youssef-Morgan, 2017). Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa psychological capital berhubungan positif dengan organizational commitment dan performa kerja (Avey dkk., 2011; Wu & Nguyen, 2019; Nguyen & Ngo, 2020). Selain itu, dalam konteks pekerjaan yang

fleksibel dan dinamis, pekerja juga membutuhkan kemampuan beradaptasi terhadap perubahan karier atau career adaptability. Savickas dan Porfeli (2012) mendefinisikan career adaptability sebagai sumber daya psikososial individu dalam menghadapi transisi, tantangan, dan perubahan karier.

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa career adaptability berkaitan dengan organizational commitment (Nyathi & Oosthuizen, 2023; Igbomor, 2026). Penelitian lain juga menemukan bahwa psychological capital dapat meningkatkan career adaptability individu (Wulandari & Hasanati, 2024; Xu dkk., 2024). Bahkan, Sutrisno dkk. (2024) menemukan bahwa career adaptability berperan sebagai mediator dalam hubungan psychological capital dan organizational commitment. Namun, penelitian yang secara spesifik menguji hubungan ketiga variabel tersebut pada pekerja sales promotor FMCG di Indonesia masih sangat terbatas. Padahal, karakteristik pekerjaan sales promotor yang sarat tekanan target, job insecurity, dan tuntutan adaptasi menjadikan konteks ini penting untuk diteliti lebih lanjut.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh psychological capital terhadap organizational commitment dengan career adaptability sebagai variabel mediator pada pekerja sales promotor industri FMCG. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan kajian psikologi organisasi, khususnya mengenai personal resources pada pekerja frontline, serta memberikan implikasi praktis bagi perusahaan FMCG dalam meningkatkan retensi dan stabilitas tenaga kerja.

METODE

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatif dengan metode survei *cross-sectional*. Pendekatan ini dipilih karena data penelitian bersifat numerik agar dapat dianalisis dengan statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2015). Pendekatan *cross-sectional* dilakukan karena pengambilan data sekali pada periode waktu tertentu (Creswell, 2014). Penelitian eksplanatif bertujuan untuk memprediksi hubungan yang terjadi antara dua variabel atau lebih dan teori melalui pengujian hipotesis (Neuman, 2014). Pengumpulan data menggunakan tiga instrumen penelitian yang disusun ke dalam bentuk kuesioner *Google Form* yang disebarluaskan secara daring.

Partisipan

Partisipan penelitian berjumlah 108 pekerja sales promotor industri *Fast-Moving Consumer Goods* (FMCG). Pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *convenience sampling*, dimana partisipan yang sesuai kriteria dan secara kebetulan bertemu dipilih sebagai sampel (Neuman, 2014; Sugiyono, 2015; Priadana & Sunarsi, 2021). Kriteria partisipan meliputi: (1) pernah bekerja sebagai sales promotor FMCG, (2) masa kerja minimal 3 bulan, (3) berusia minimal 18 tahun. Ukuran sampel minimum penelitian ditentukan menggunakan *power analysis* melalui *G*Power 3.1.9.7 for Windows* dengan asumsi *error probability* = 0,05, *power* = 0,80 dan *effect size* sedang ($f^2 = 0,2$), *number of predictors* sebanyak 2, maka diperoleh sampel minimumnya sebanyak 68 partisipan. Selain itu, tabel Isaac dan Michael digunakan dimana untuk tingkat kesalahan 5% diperoleh sampel minimum yang disarankan sebanyak 78 partisipan. Pengumpulan data ditargetkan melebihi jumlah minimum tersebut sehingga dapat mengantisipasi adanya data yang tidak lengkap dan tidak valid. Sebelum pengisian kuesioner, seluruh partisipan diberikan *informed consent* secara daring yang memuat informasi mengenai tujuan penelitian, kerahasiaan data, dan hak partisipan untuk mengundurkan diri kapan saja secara sukarela.

Pengukuran

Variabel penelitian diukur menggunakan tiga instrumen psikologi berskala Likert 5 poin yang telah diadaptasi dan divalidasi ulang. *Psychological capital* diukur dengan skala *Psychological Capital Questionnaire* (PCQ-24) yang diadaptasi oleh Rahman (2018) mengacu pada versi Luthans dkk. (2007). Skala ini terdiri atas 24 butir pernyataan dengan 5 pilihan jawaban (1="sangat tidak setuju" hingga 5="sangat setuju"). *Organizational commitment* diukur dengan skala *Organizational Commitment Questionnaire* (OCQ-21) yang diadaptasi Geraldini (2017) mengacu pada versi Meyer dan Allen (1991). Skala ini terdiri atas 21 butir pernyataan dengan 5 pilihan jawaban (1="sangat tidak setuju" hingga 5="sangat setuju"). OCQ-21 memiliki 3 dimensi yang masing-masing terdiri atas 7 butir diantaranya dimensi *Affective Commitment* (AC), *Continuance Commitment* (CC) serta *Normative Commitment* (NC). *Career adaptability* diukur dengan skala *Career Adapt-Abilities Scale* (CAAS-24) yang diadaptasi oleh Sulistiani dkk. (2018) mengacu pada Savickas dan Porfeli (2012). Skala ini terdiri atas 24 butir pernyataan dengan 5 pilihan jawaban (1="tidak kuat" sampai dengan 5="paling kuat").

Instrumen penelitian diuji menggunakan validitas konstruk melalui *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) untuk memastikan kesesuaian item dengan konstruk yang diukur. Evaluasi model dilakukan berdasarkan nilai *factor loading*, CFI, TLI, RMSEA, dan SRMR. Seluruh item yang memiliki *factor loading* di atas 0,50 dinyatakan valid, sedangkan item yang tidak memenuhi kriteria dieliminasi untuk meningkatkan kualitas model pengukuran. Seluruh instrumen PCQ-24, OCQ-21, dan CAAS-24 versi Indonesia yang sebelumnya telah teruji valid dan reliabel pada berbagai penelitian di Indonesia. Hasil CFA menunjukkan bahwa seluruh item yang dipertahankan memenuhi validitas konvergen dengan nilai *factor loading* berkisar antara 0,511–0,872. Setelah proses seleksi item, skala *psychological capital* terdiri dari 10 item valid, *career adaptability* terdiri dari 6 item valid, serta *organizational commitment* terdiri dari 6 item valid dimensi *affective commitment*, 5 item valid *continuance commitment*, serta 6 item valid *normative commitment*. Uji reliabilitas dilakukan menggunakan nilai *Cronbach's Alpha* ($\alpha > 0,70$). Hasil analisis menunjukkan bahwa seluruh instrumen memiliki reliabilitas yang baik, yaitu *psychological capital* ($\alpha = 0,850$), *career adaptability* ($\alpha = 0,824$), *affective commitment* ($\alpha = 0,836$), *continuance commitment* ($\alpha = 0,809$), dan *normative commitment* ($\alpha = 0,848$).

Analisis Data

Analisis data dilakukan menggunakan statistik deskriptif dan inferensial melalui JAMOV 2.7.24. Pengujian validitas konstruk dilakukan menggunakan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) dengan syarat *factor loading* $> 0,40$, sedangkan estimasi reliabilitas dinilai berdasarkan nilai *Cronbach's Alpha* ($> 0,070$). Sebelum pengujian hipotesis, data terlebih dahulu diuji menggunakan uji asumsi klasik meliputi normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan regresi linear dan analisis mediasi berbasis *bootstrapping* sebanyak 10.000 resampling untuk lebih akurat dalam menguji peran *career adaptability* sebagai mediator pada hubungan *psychological capital* dan *organizational commitment* (Hayes, 2018).

HASIL PENELITIAN

Penelitian ini melibatkan sebanyak 108 pekerja sales promotor FMCG dengan rentang usia 19-43 tahun. Berdasarkan jenis kelamin, mayoritas partisipan adalah perempuan sebanyak 83,3%. Berdasarkan usia, sebagian besar partisipan berada pada rentang usia 18-24 tahun sebanyak 50%. Mayoritas partisipan memiliki masa kerja selama lebih dari 2 tahun sebanyak 44,4% dengan tingkat pendidikan terakhir SMA sebanyak 55,6%. Sebagian besar status kerja partisipan merupakan karyawan penuh waktu (38,9%) dan kontrak (37,0%). Partisipan juga didominasi jenis *brand* FMCG yang berasal dari produk Makanan dan Minuman sebanyak 52,8%. Selain itu, diketahui bahwa partisipan dalam penelitian ini didominasi oleh sales promotor dengan kota penempatan kerja di wilayah Jawa Timur, terutama di Mojokerto dan Surabaya.

Tabel 1.
Ringkasan Deskriptif Variabel Penelitian

Nama Variabel	Mean	SD	Shapiro Wilk p
<i>PsyCap</i>	4,25	0,558	<,001
CA	4,40	0,560	<,001
AC	3,83	0,800	<,001
CC	3,52	0,958	,002
NC	3,83	0,845	<,001

Hasil analisis deskriptif yang disajikan pada Tabel 1. menunjukkan bahwa variabel *PsyCap* memiliki nilai $M = 4,25$ ($SD = 0,558$). Hal ini mengindikasikan bahwa tingkat *psychological capital* mayoritas partisipan berada pada kategori sedang. Variabel CA memiliki nilai $M = 4,40$ ($SD = 0,560$) yang menunjukkan bahwa tingkat *career adaptability* partisipan mayoritas berada pada kategori sedang. Selanjutnya, masing-masing dimensi *organizational commitment* (*affective*, *continuance*, dan *normative*) berturut-turut memiliki nilai $M = 3,83$ ($SD = 0,800$), $M = 3,52$ ($SD = 0,958$), dan $M = 3,83$ ($SD = 0,845$) dimana menunjukkan bahwa sebagian besar partisipan memiliki komitmen pada kategori sedang. Lebih lanjut, hasil uji *Shapiro-wilk* (p) menunjukkan nilai signifikansi di bawah 0,05 sehingga disimpulkan bahwa data tidak berdistribusi normal. Oleh karena itu, teknik *bootstrapping* digunakan pada tahapan uji mediasi karena tidak perlu memperhatikan normalitas distribusi data.

Hasil uji normalitas menggunakan *Shapiro-Wilk* menunjukkan bahwa data penelitian tidak berdistribusi normal dengan nilai signifikansi sebesar $< 0,001$ yang berada di bawah syarat ideal ($> 0,005$). Hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai *tolerance* = 0,655 ($> 0,10$) dan $VIF = 1,53$ (< 10) sehingga tidak terjadi multikolinearitas dalam model penelitian. Hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa titik-titik data menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu sehingga model regresi bebas dari heteroskedastisitas.

Selanjutnya, dalam membuktikan hipotesis penelitian, analisis regresi linear dilakukan untuk menguji hubungan antar-variabel secara parsial (Tabel 4).

Tabel 2.
Koefisien Jalur Regresi Simultan Model Struktural

Model	Variabel Dependen	Variabel Prediktor	β (Standar)	p -value	Kesimpulan
1	AC	<i>PsyCap</i>	0,702	<0,001	Diterima
		CA	-0,109	0,242	Ditolak
2	CC	<i>PsyCap</i>	0,328	0,005	Diterima
		CA	-0,056	0,630	Ditolak
3	NC	<i>PsyCap</i>	0,576	<0,001	Diterima
		CA	0,037	0,703	Ditolak

Berdasarkan Tabel 4, diketahui ketika dalam model regresi berganda, *PsyCap* mempertahankan dominasi pengaruh langsungnya yang sangat kuat terhadap seluruh dimensi komitmen organisasi. Sebaliknya, ketika disandingkan dengan *PsyCap*, pengaruh adaptabilitas karier (CA) terhadap komitmen afektif ($\beta = -0,109$; $p = 0,242$), kontinuan ($\beta = -0,056$; $p = 0,630$), maupun normatif ($\beta =$

0,037; $p = 0,703$) secara berturut-turut menunjukkan nilai yang tidak signifikan karena $p > 0,005$. Variabel *PsyCap* terbukti menjadi prediktor utama yang dapat meningkatkan *organizational commitment*, dibandingkan dengan *career adaptability* yang tidak menunjukkan kontribusi yang signifikan dalam model simultan. Dengan demikian, temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi modal psikologis yang dimiliki sales promoter, maka komitmen organisasi mereka semakin tinggi.

Uji signifikansi peran *career adaptability* (CA) sebagai mediator langsung (*direct*) dan tidak langsung (*indirect effect*) yang menghubungkan pengaruh *PsyCap* terhadap *organizational commitment* dievaluasi menggunakan teknik *bootstrapping* (Tabel 3).

Tabel 3.
Hasil Pengujian Efek Mediasi Bootstrapping

Jalur Hubungan	Direct	Indirect	<i>p-value</i>	Kesimpulan
<i>PsyCap</i> → CA → AC	0,638	-0,091	0,291	Tidak Memediasi
<i>PsyCap</i> → CA → CC	0,295	-0,034	0,651	Tidak Memediasi
<i>PsyCap</i> → CA → NC	0,598	-0,031	0,735	Tidak Memediasi

Berdasarkan hasil yang ditunjukkan oleh Tabel 3, secara konsisten menunjukkan bahwa nilai *p-value* untuk efek tidak langsung (*indirect effect*) pada seluruh model komitmen berada jauh di atas syarat ideal nilai signifikansi ($\alpha = 0,05$). Dengan demikian, seluruh hipotesis mediasi ditolak karena *career adaptability* tidak terbukti memediasi pengaruh *PsyCap* terhadap *organizational commitment*. Adaptabilitas karier tidak berperan sebagai mekanisme mediator dalam mengubah modal psikologis individu menjadi komitmen organisasi. Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa *psychological capital* memiliki peran penting dalam meningkatkan *organizational commitment* pada pekerja sales promoter FMCG. Namun, *career adaptability* tidak menunjukkan bukti perannya dalam menjadi perantara *psychological capital* terhadap *organizational commitment*. Temuan ini menunjukkan bahwa sumber daya psikologis internal lebih dominan dibanding kemampuan adaptasi karier dalam membentuk komitmen sales promoter terhadap organisasi.

DISKUSI

Temuan empiris penelitian ini menunjukkan bahwa *psychological capital* secara langsung mempengaruhi *organizational commitment* pada sales promoter FMCG. Modal psikologis yang mereka miliki mendorong keinginan mereka untuk tetap *stay* atau mempertahankan keanggotaannya di dalam organisasi. Semakin tinggi modal psikologis yang mereka miliki, semakin tinggi pula komitmen mereka terhadap organisasi. Modal psikologis sendiri meliputi efikasi diri, harapan, resiliensi, dan optimisme yang karyawan rasakan (Luthans, Youssef, & Avolio, 2007). Efikasi diri mendorong mereka untuk lebih percaya diri menghadapi tantangan kerja yang ditemui seperti mencapai target penjualan, meyakinkan konsumen dan menangani penolakan konsumen. Harapan terwujud dalam ketekunan mereka dalam mengejar tujuan dengan semangat mencapai target kerja. Resiliensi terwujud dalam ketahanan mereka dalam menghadapi tekanan kerja, masalah atau kemunduran dalam kerja. Sedangkan, optimisme terwujud dalam keyakinan positif mereka untuk berhasil bagaimanapun bentuk tantangan pekerjaan tersebut. Keempat wujud modal psikologis tersebut pada gilirannya mendorong individu untuk mempertahankan diri di dalam organisasi dengan tujuan menyelesaikan tantangan yang ada di depan mata.

Psychological capital juga ditemukan berpengaruh positif terhadap *career adaptability* pada konteks sales promoter FMCG. Sales promoter dengan modal psikologis yang besar cenderung lebih siap

menghadapi perubahan, tantangan kerja, dan dinamika karier secara adaptif. Namun, penelitian ini juga menemukan bahwa *career adaptability* tidak berpengaruh signifikan terhadap *organizational commitment*. Temuan ini menunjukkan bahwa kemampuan adaptasi karier belum tentu membentuk komitmen organisasi pada pekerja sales promotor FMCG. Tidak signifikannya peran mediasi *career adaptability* ini menunjukkan bahwa modal psikologis memiliki pengaruh yang lebih langsung terhadap komitmen organisasi dibandingkan melalui mekanisme adaptasi karier. Pada jenis pekerjaan lini depan (*frontline*) FMCG, pekerjaan ini sebagian besar berorientasi target dan bersifat dinamis, pekerja kemungkinan lebih mengandalkan sumber daya psikologis internal dibanding orientasi pengembangan karier jangka panjang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *psychological capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *organizational commitment* pada pekerja sales promotor FMCG. Temuan ini mengindikasikan bahwa individu yang memiliki self-efficacy, hope, resilience, dan optimism yang tinggi cenderung memiliki keterikatan psikologis yang lebih kuat terhadap organisasi. Dalam konteks pekerjaan sales promotor yang identik dengan tekanan target, tuntutan performa, dan interaksi intensif dengan konsumen, *psychological capital* menjadi sumber daya psikologis penting untuk membantu pekerja mempertahankan sikap positif terhadap organisasi. Temuan ini sejalan dengan penelitian Avey dkk. (2011), Wu dan Nguyen (2019), serta Nguyen dan Ngo (2020) yang menunjukkan bahwa *psychological capital* berhubungan positif dengan *organizational commitment* dan performa kerja. Hasil ini juga mendukung Job Demands-Resources Theory yang menjelaskan bahwa personal resources dapat membantu individu menghadapi tekanan kerja dan mengurangi dampak negatif tuntutan pekerjaan (Bakker & de Vries, 2021).

Penelitian ini juga menemukan bahwa *psychological capital* berpengaruh positif terhadap *career adaptability*. Temuan tersebut menunjukkan bahwa pekerja yang memiliki modal psikologis tinggi cenderung lebih mampu menghadapi perubahan, ketidakpastian, dan dinamika karier secara adaptif. Self-efficacy membantu individu merasa yakin dalam menghadapi tantangan kerja, optimism mendorong pandangan positif terhadap masa depan karier, sementara resilience membantu pekerja bertahan dalam situasi kerja yang penuh tekanan. Temuan ini mendukung konsep *career adaptability* dari Savickas dan Porfeli (2012) yang menekankan pentingnya sumber daya psikososial dalam menghadapi transisi dan perubahan karier. Hasil penelitian ini juga konsisten dengan penelitian Sutrisno dkk. (2024) yang menemukan bahwa *psychological capital* berkontribusi terhadap peningkatan *career adaptability*.

Namun demikian, *career adaptability* tidak berpengaruh signifikan terhadap *organizational commitment*. Temuan ini menunjukkan bahwa kemampuan adaptasi karier belum tentu meningkatkan keterikatan pekerja terhadap organisasi. Pada konteks pekerjaan sales promotor FMCG yang cenderung fleksibel, berbasis target, dan didominasi sistem kerja kontrak maupun outsourcing, kemampuan adaptasi karier kemungkinan lebih berorientasi pada kesiapan individu menghadapi peluang kerja baru dibanding memperkuat loyalitas terhadap organisasi saat ini. Temuan ini berbeda dengan penelitian Nyathi dan Oosthuizen (2023) serta Igbomor (2026) yang menemukan hubungan positif antara *career adaptability* dan *organizational commitment*. Perbedaan hasil ini menunjukkan bahwa hubungan *career adaptability* dan *organizational commitment* bersifat kontekstual serta dipengaruhi karakteristik pekerjaan dan kondisi organisasi.

SIMPULAN

Secara keseluruhan, penelitian ini telah menggambarkan bahwa *psychological capital* merupakan faktor penting dalam membangun *organizational commitment* dan *career adaptability* pada pekerja

sales promotor FMCG. *Career adaptability* menunjukkan pengaruh yang tidak konsisten terhadap *organizational commitment* sehingga hasil ini mengindikasikan bahwa *career adaptability* tidak berperan signifikan sebagai mediator dalam hubungan *psychological capital* dengan *organizational commitment*. Penelitian ini telah memberikan kontribusi baru melalui pengujian *psychological capital*, *career adaptability*, dan *organizational commitment* pada karakteristik pekerjaan dan dinamika kerja pekerja lini depan dalam sektor FMCG di Indonesia yang masih jarang diteliti. Dalam konteks pekerjaan ini, sales promotor FMCG salah satu jenis pekerjaan dengan tekanan target tinggi, dinamika lapangan yang kompetitif, tuntutan interaksi langsung dengan konsumen serta ketidakpastian kerja yang berbeda dengan konteks organisasi formal pada penelitian-penelitian sebelumnya, dimana pada gilirannya memungkinkan modal psikologis bekerja secara lebih langsung terhadap komitmen organisasi dibandingkan melalui mekanisme adaptasi karier. Perusahaan di sektor FMCG disarankan untuk mengembangkan program intervensi penguatan modal psikologis seperti pelatihan resiliensi menghadapi penolakan konsumen, manajemen stres kerja, maupun upaya pengkondisian optimisme target. Selain itu, manajemen ritel perlu mengevaluasi stabilitas insentif dan kejelasan jenjang karir internal untuk meminimalisir karyawan dengan kemampuan adaptasi baik memutuskan berpindah ke perusahaan kompetitor. Untuk penelitian selanjutnya disarankan mengeksplorasi variabel mediator lainnya yang memiliki sensitivitas tinggi terhadap stres kerja harian seperti *perceived organizational support* (POS), kepuasan kerja (*job satisfaction*), atau kejenuhan kerja (*job burnout*).

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis dapat mencantumkan pihak-pihak lain yang berkontribusi dalam proses penelitian, namun tidak memenuhi syarat untuk dijadikan penulis naskah. Selain itu, penulis juga dapat menuliskan ucapan terimakasih pada lembaga tertentu yang memberikan sponsor pada penelitian.

DEKLARASI POTENSI TERJADINYA KONFLIK KEPENTINGAN

Tiara Intania dan Fajrianthi tidak bekerja, menjadi konsultan, memiliki saham, atau menerima dana dari perusahaan atau organisasi manapun yang mungkin akan mengambil untung dari diterbitkannya naskah ini.

PUSTAKA ACUAN

- Agow, O. (2017). Perilaku sales promotion girl (SPG) di Kota Manado. *Holistik*, 10(19), 1-22.
- Anggriani, Y., Koestiono, D., & Andriani, D. R. (2022). The influence of product quality, price, location on purchase decisions and purpose of purchase of souvenir products in Sikka Regency, NTT. *Agricultural Socio-Economics Journal*, 22(2), 143-150.
- Ausat, A. M., Suherlan, Peirisal, T., & Hirawan, Z. (2022). Effect of transformational leadership on organizational commitment and work performance. *Journal of Leadership in Organizations*, 4(4), 61-82. doi:<https://doi.org/10.22146/jlo.71846>
- Avey, J. B., Reichard, R. J., Luthans, F., & Mhatre, K. H. (2011). Meta-Analysis of the Impact of Positive Psychological Capital on Employee Attitudes, Behaviors, and Performance. *Human Resource Development Quarterly*, 127-152.
- Ayuni, A. Q., & Khoirunnisa, R. N. (2021). Perbedaan komitmen organisasi ditinjau berdasarkan masa kerja pada karyawan. *Character: Jurnal Penelitian Psikologi*, 8(1), 84-98.
- Azwar, S. (1996). *Tes prestasi: Fungsi dan pengembangan pengukuran prestasi belajar*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

- Bakker, A. B., & de Vries, J. D. (2021). Job Demands–Resources theory and self-regulation: new explanations and remedies for job burnout. *Anxiety, Stress, & Coping*, 34(1), 1-21.
- Bariyyah, K., Pratama, A. M., Tsaqofah, A., Pratiwi, N. P., Siwi, R. A., Ahfadzi, Y. F., . . . Maizura, N. (2024). Confirmatory factor analysis (CFA) untuk validasi instrumen sexual bullying questionnaire (SEBUQU). *Jurnal EDUCATIO: Jurnal Pendidikan Indonesia*, 10(2), 258-265.
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1173-1182.
- Beer, P., & Mulder, R. H. (2020, Mei). The effects of technological developments on work and their implications for continuous vocational education and training: A systematic review. *Front Psychology*, 8(11), 1-19.
- Bintang, D. V. (2020). *Pengaruh kepuasan kerja dan komitmen organisasi terhadap perilaku cyberloafing pada karyawan generasi Y*. Surabaya: Skripsi thesis, Universitas Airlangga.
- Brar, V., Kumar, A., & Ramgade, A. (2022). Problems in evaluating the effectiveness of sales promotion activities. *International Journal of Multidisciplinary: Applied Business and Education Research*, 3(7), 1185 – 1189.
- Cho, Y.-N., Rutherford, B. N., & Park, J. (2012). The impact of emotional labor in a retail environment. *Journal of Business Research*, 66(5), 670-677. Retrieved from <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0148296312001099>
- CNBC Indonesia. (2025, Juni 2). Ribuan karyawan terancam PHK Bulan Juni, ratusan perusahaan kena. Retrieved from <https://www.cnbcindonesia.com/news/20250602075642-4-637643/ribuan-karyawan-terancam-phk-bulan-juni-ratusan-perusahaan-kena>
- CNN Indonesia. (2026, Mei 7). Ancaman PHK massal menghantui lima sektor industri. Jakarta, Indonesia.
- Coetzee, M., Mbiko, H. N., & Nel, E. (2023). To what extent do career agility and psychological capital activate employees' career adaptability and foster their career resilience and career satisfaction? *South African Journal of Psychology*, 53(3), 438-451. doi:<https://doi.org/10.1177/00812463231186271>
- Cooper, H. (2020). *Reporting quantitative research in psychology: How to meet APA Style journal article reporting standards*. Washington, DC: American Psychological Association. doi:<https://doi.org/10.1037/0000178-000>
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4 ed.). SAGE Publications.
- Cretu, A. E., & Brodie, R. J. (2007). The influence of brand image and company reputation where manufacturers market to small firms: A customer value perspective. *Industrial Marketing Management*, 36(2), 230-240.
- Databoks. (2025). *Pertumbuhan penjualan sektor Fast-Moving Consumer Goods/FMCG di sejumlah negara Asia Tenggara (Kuartal I 2025*)*. Retrieved from Pertumbuhan FMCG Indonesia Tertinggi di Asia Tenggara per Awal 2025: <https://databoks.katadata.co.id/ekonomi-makro/statistik/685927479bdd3/pertumbuhan-fmcg-indonesia-tertinggi-di-asia-tenggara-per-awal-2025>
- Demerouti, E., & Bakker, A. B. (2011). The Job Demands-Resources model: challenges for future research. *SA Journal of Industrial Psychology*, 37(2), 1-9.
- Dewi, F., & Izzati, U. A. (2025). Literature review: Factors influencing organizational commitment among employees. *Psikologi Prima Journal*, 8(1), 88-100.
- Etuk, A., Anyadighibe, J. A., James, E. E., & Egemba, P. M. (2022). Trade sales promotion and distributors' performance of fast-moving consumer goods (FMCGs). *International Research*

- Journal of Management, IT & Social Sciences*, 9(2), 254-263. doi:<https://doi.org/10.21744/irjmis.v9n2.2011>
- Fakultas Psikologi Universitas Airlangga. (2009). *Pedoman penulisan skripsi*. Surabaya: Unit Penelitian dan Publikasi Psikologi Fakultas Psikologi Universitas Airlangga.
- Fatmaningrum, S. R., Susanto, & Fadhillah, M. (2020). Pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian minuman frestea. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 4(1), 176-188.
- Ferreira, N., Coetzee, M., & Masenge, A. (2013). Psychological career resources, career adaptability and hardiness in relation to job embeddedness and organizational commitment. *Journal of Psychology in Africa*, 23(1), 31-40. doi:<https://doi.org/10.1080/14330237.2013.10820591>
- Geraldi, N. V. (2017). *Pengaruh perceived organizational support terhadap kinerja karyawan dengan komitmen organisasional sebagai variabel intervening pada karyawan bidang transmisi distribusi PDAM Delta Tirta Sari*. Skripsi: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga.
- Griep, Y., Vranjes, I., van Hooft, M. M., Beckers, D. G., & Geurts, S. (2021, October 29). *Technology in the workplace: Opportunities and challenges*. Retrieved June 16, 2025, from ResearchGate: https://www.researchgate.net/publication/355580474_Technology_in_the_Workplace_Opportunities_and_Challenges
- Gustari, I., & Gustari, I. (2022). Exploring the effect of psychological capital on teachers' organizational commitment through interpersonal communication. *Jurnal Konseling dan Pendidikan*, 10(1), 20-27.
- Hasanah, M., & Miftahuddin, M. (2018). Uji validitas konstruk komitmen organisasi terhadap intensi turnover dengan metode confirmatory factor analysis (CFA). *JP3I (Jurnal Pengukuran Psikologi dan Pendidikan Indonesia)*. doi:<https://doi.org/10.15408/jp3i.v5i1.9240>
- Hayes, A. F. (2018). Partial, conditional, and moderated moderated mediation: Quantification, inference, and interpretation. *Communication Monographs*, 85(1), 4-40. doi:<https://doi.org/10.1080/03637751.2017.1352100>
- Helen, J., & Selvi, V. D. (2022). Consumer behavior on Fast-Moving Consumer Goods. *International Journal of Management*, 13(3), 214-221.
- Hobfoll, S. E. (1989). Conservation of Resources: A new attempt at conceptualizing stress. *American Psychologist*, 44(3), 513-524. doi:<https://doi.org/10.1037/0003-066X.44.3.513>
- Hoehe, M. R., & Thibaut, F. (2020). Going digital: How technology use may influence human brains and behavior. *Dialogues in clinical neuroscience*, 22(2), 93-97.
- Horchover, D. (2001). *Sales Promotion*. John Wiley & Sons, Incorporated.
- Hulu, N., Lubis, K. S., Khairunnisa, Manurung, K., Oviati, W., Syahreza, D. S., & Aprinawati. (2025). The role of sales promotion girls as frontliners in wardah's product marketing strategy. *Economic: Journal Economic and Business*, 4(1), 27-31.
- Husniati, Yudana, M., Agung, A. A., & Dantes, K. R. (2024). The influence of self-efficacy on organizational commitment has an impact on teacher performance in elementary schools in Mataram City. *International Journal of Religion*, 5(10), 3282 - 3292. doi:<https://doi.org/10.61707/kyzhf32>
- Igbomor, E. (2026). The moderating role of retention factor on the relationship between career adaptability and organizational commitment. *International Journal of Innovation Management and Organizational Behavior (IJIMOB)*, 6(1), 1-11. doi:<https://doi.org/10.61838/kman.ijimob.2673>
- Ingarianti, T. M. (2015). Pengembangan alat ukur komitmen organisasi. *Jurnal RAP UNP*, 6(1), 80-91.
- Ito, J. K., & Brotheridge, C. M. (2005). Does Supporting Employees' Career Adaptability Lead to Commitment, Turnover, or Both? *44(1)*, 5-19. doi:<https://doi.org/10.1002/hrm.20037>

- Jaya, P., Tiara, Y., & Mulyana, M. (2022). Peranan sales promotion girl pada produk wardah beauty care. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 2(2), 287-294. doi:10.37641/jabkes.v2i2.1758
- Jobstreet. (2026). *Sales Promotion Officer [Iklan lowongan kerja]*. Retrieved from Jobstreet by seek: <https://id.jobstreet.com/id/sales-promotion-officer-jobs>
- Julian, F. P., Abun, D., Rigucira, A. R., Anyog, E. F., & Alcantara, A. B. (2024). Does age affect organizational commitment and individual work performance? *Research in Management and Humanities*, 3(2), 732-752.
- Kandemir, A. (2025). The mediating function of organizational commitment in the relationship between teachers' job satisfaction and principals' empowering leadership. *Acta Psychologica*, 260, 105715. doi:<https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2025.105715>
- Karasek, R. A. (1979). Job demands, job decision lattice, and mental strain: Implications for job redesign. *Administrative Science Quarterly*, 2(24), 285-308. Retrieved from <http://www.jstor.com/stable/2392498>
- Kim, E., & Kim, S. (2018). Employees' learning goals and affective organizational commitment: The mediating role of career adaptability. *Andragogy Today: Interdisciplinary Journal of Adult & Continuing Education*, 21(4), 75-95. doi:<https://doi.org/10.22955/ace.21.4.201811.75>
- Kotronoulas, G., Miguel, S., Dowling, M., Fernández-Ortega, P., Colomer-Lahiguera, S., Bağçivan, G., . . . Papadopoulou, C. (2023). An overview of the fundamentals of data management, analysis, and interpretation in quantitative research. *Seminars in Oncology Nursing*, 39(2), 151398. doi:<https://doi.org/10.1016/j.soncn.2023.151398>
- Kumala, D. E., & Putri, G. A. (2025). The influence of organizational culture, work environment, psychological capital, and employee empowerment on organizational commitment (Study on private employees in Solo Raya). *ePaper Bisnis: International Journal of Entrepreneurship and Management*, 2(1), 34-41. doi:<https://doi.org/10.61132/epaperbisnis.v2i1.315>
- Kurniawan, A. W., & Puspitaningtyas, Z. (2016). *Metode penelitian kuantitatif*. Yogyakarta: Pandiva Buku.
- Kurniawan, R., & Yuniarto, B. (2016). *Analisis regresi: Dasar dan penerapannya dengan R*. Jakarta: Kencana.
- Kusumo, D. (2024). *Delapan perusahaan FMCG terbesar di Indonesia*. Retrieved from IDX Channel: <https://www.idxchannel.com/playlists/delapan-perusahaan-fmcg-terbesar-di-indonesia>
- Kwak, S. G., & Kim, J. H. (2017). Central limit theorem: the cornerstone of modern statistics. *Korean J Anesthesiol*, 70(2), 144-156.
- Lama, P. B., & Chataut, M. K. (2022). Sales promotion and consumer buying behavior of FMCG products in Kathmandu. *Journal of Development Review*, 7(1), 18-27. doi:<https://doi.org/10.3126/jdr.v7i1.67011>
- Luthans, F., & Youssef-Morgan, C. M. (2017). Psychological capital: An evidence-based positive approach. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 4, 339-366.
- Luthans, F., Youssef, C. M., & Avolio, B. J. (2007). *Psychological capital: Developing the human competitive edge*. USA: Oxford University Press.
- Maharani, F. D., Hasanati, N., & Mashuri, M. F. (2022). Grit and social support as the modality of sales promoter job performance. *Jurnal Psikologi*, 21(2), 115-123.
- Manyika, J. (2017, May 24). Technology, jobs, and the future of work. *McKinsey*. Retrieved from <https://www.mckinsey.com/featured-insights/employment-and-growth/technology-jobs-and-the-future-of-work>
- Meyer, J. P., & Allen, N. J. (1984). Testing the "Side-Bet Theory" of organizational commitment: Some methodological considerations. *Journal of Applied Psychology*, 69, 372-378. doi:<https://doi.org/10.1037/0021-9010.69.3.372>

- Meyer, J. P., & Allen, N. J. (1991). A three-component conceptualization of organizational commitment. *Human Resource Management Review*, 1(1).
- Meyer, J. P., Stanley, D. J., Herscovitch, L., & Topolnytsky, L. (2002). Affective, continuance, and normative commitment to the organization: A meta-analysis of antecedents, correlates, and consequences. *Journal of Vocational Behavior*, 61(1), 20–52. doi:<https://doi.org/10.1006/jvbe.2001.1842>
- Mohan, B. C., & Sequeira, A. H. (2016). The impact of customer-based brand equity on the operational performance of FMCG companies in India. *IIMB Management Review*, 28(1), 13–19.
- Mottaz, C. J. (1986). An analysis of the relationship between education and organizational commitment in a variety of occupational groups. *Journal of Vocational Behavior*, 28(3), 214–228.
- Mullin, R. (2010). *Sales promotion : how to create, implement & integrate campaigns that really work*. Kogan Page Limited.
- Nangoy, R., & Hamsal, M. (2018). An interplay between employee psychological capital, organizational fit, and work well-being on organizational commitment: An empirical study on e-commerce industry in Indonesia. *Journal of Strategic and Global Studies*, 1(1), 25–46. doi:<https://doi.org/10.7454/jsgs.v1i1.1002>
- Neuman, W. L. (2014). *Social research methods: Qualitative and quantitative approaches* (7th ed.). Harlow: Pearson Education Limited.
- Nguyen, H. M., & Ngo, T. T. (2020). Psychological capital, organizational commitment and job performance: A case in Vietnam. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(5), 269 – 278. doi:<https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no5.269>
- Nguyen, H. Q., Ha, P. T., & Doan, T. T. (2025). Do employee responses to CSR enhance career adaptability? A study on the service sector in Vietnam. *Social Responsibility Journal*, 21(2), 217–243. doi:<https://doi.org/10.1108/SRJ-01-2024-0019>
- Noor, N. A., E-Vahdati, S., Yew, M. P., & Chuah, F. (2024). The influence of job stress on organizational commitment among workers in the Palm Oil Industry: Does job satisfaction matter? *Global Business Review*.
- Nyathi, F., & Oosthuizen, R. M. (2023). Investment sector employees' career adaptability and organisational commitment. *SA Journal of Industrial Psychology*, 49(0), 1–13.
- Ogden-Barnes, S., & Minahan, S. (2015). *Sales promotion decision making: Concepts, principles, and practice*. New York: Business Expert Press.
- Paludi, S., & Juwita, R. (2021). Pengaruh persepsi harga, lokasi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi*, 18(1), 41–53.
- Pratiwi, I., Elizabeth, R., Fatari, Basrowi, & Nuryanto, U. W. (2025). Assessing pricing, distribution, and warehousing strategies in influencing consumer demand and purchase decisions: Evidence from Indonesia. *Social Sciences & Humanities Open*, 12.
- Preacher, K. J., & Hayes, A. F. (2008). Asymptotic and resampling strategies for assessing and comparing indirect effects in multiple mediator models. *Behavior Research Methods*, 40(3), 879–891. doi:10.3758/BRM.40.3.879
- Priadana, M. S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode penelitian kuantitatif*. Tangerang Selatan: Pascal Books.
- Priyono. (2008). *Metode penelitian kuantitatif* (Revisi 2008 ed.). Zifatama Publishing.
- Putra, N. (2025, September 26). *Tren kebutuhan tenaga kerja pada 2025: Sales dan marketing paling dibutuhkan*. Retrieved from Tempo.co: <https://www.tempo.co/ekonomi/tren-kebutuhan-tenaga-kerja-pada-2025-sales-dan-marketing-paling-dibutuhkan-2073685>
- Putri, B. M., Nailah, G., Ma'arif, R. B., & Pratiwi, N. Y. (2025, Mei). Analisis faktor penyebab turnover sales pada masa probation di PT. Hadji Kalla Toyota. *Jurnal Ilmiah Nusantara (JINU)*, 2(3), 705–718.

- Putri, V. A., Pratiwi, M., & Puspasari, M. (2020). Job insecurity dan keterlibatan kerja pada karyawan outsourcing. *Psychology Journal of Mental Health*, 2(1).
- Radita, N. P., & Netra, I. G. (2017). Pengaruh job rotation dan job performance terhadap organizational commitment pada karyawan Melia Bali. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(3), 1340-1367. doi:<https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/27857>
- Rahman, S. A. (2018). *Pengaruh modal psikologis (psychological capital) terhadap kesiapan individu melakukan perubahan (individual readiness to change) pada aparatur sipil negara di Pemerintah Kota Blitar*. Surabaya: Skripsi thesis, Universitas Airlangga. Retrieved from <http://repository.unair.ac.id/id/eprint/81521>
- Rai, S. S., Koodamara, N. K., & K, V. (2025). Antecedents of organizational commitment: a systematic literature review. *Cogent Business & Management*, 12(1), 1-27. doi:<https://doi.org/10.1080/23311975.2025.2484462>
- Rasool, T., Warraich, N. F., & Sajid, M. (2022). Examining the impact of technology overload at the workplace: A systematic review. *SAGE Open*, 12(3).
- Redaksi Blok-A. (2025, Juni 2). Gelombang PHK massal masih mendera, Ini daftarnya sejak Januari-Mei 2025. Retrieved from <https://www.blok-a.com/nasional/daftar-gelombang-phk-massal-sejak-januari-hingga-mei-2025/>
- Robinson, B. (2025, December 29). *2026 work trends: 10 experts predict the future of work*. Retrieved January 3, 2026, from Forbes: <https://www.forbes.com/sites/bryanrobinson/2025/12/29/2026-work-trends-10-experts--predict-the-future-of-work/>
- Roos, J. M., & Bauldry, S. (2024). *Confirmatory Factor Analysis*. doi:<https://doi.org/10.4135/9781071938959>
- Royan, F. M. (2009). *Boosting sales promotion girl performance*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Rusmardiana, A., Supriadi, F., Irviani, R., Mukhlis, H., & Chauhan, R. (2020). The role of sales promotion girl on purchase intention. *European Journal of Molecular & Clinical Medicine*, 2(7), 1311-1325.
- Safitri, B. I., Kusstianti, N., Lufiati, D., & Megasari, D. S. (2021). Peranan beauty advisor sebagai daya tarik konsumen dalam pembelian produk kosmetik. *Jurnal Tata Rias*, 10(3), 154-159. doi:<https://doi.org/10.26740/jtr.v10n3.43986>
- Samsu. (2017). *Metode penelitian: Teori dan aplikasi penelitian kualitatif, kuantitatif, mixed methods, serta research & development*. (Rusmini, Ed.) Jambi: Pustaka Jambi.
- Savickas, M. L., & Porfeli, E. J. (2012). Career Adapt-Abilities Scale: Construction, reliability, and measurement equivalence across 13 countries. *Journal of Vocational Behavior*, 80(3), 661-673.
- Shaughnessy, J., Zechmeister, E., & Zechmeister, J. (2012). *Research methods in psychology*. New York: McGraw-Hill Education.
- Somers, M. J. (1995). Organizational commitment, turnover and absenteeism: An examination of direct and interaction effects. *Journal of Organizational Behavior*, 16(1), 49-58. Retrieved from <https://psycnet.apa.org/record/1995-39119-001>
- Sugiyono. (2009). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Suherlan, Q. A., Wahyuni, S., & Hazairin, A. G. (2017). Relationship between locus of control and organizational commitment (study on employee of multifinance company PT.X Makassar Branch). *Proceedings of the 8th International Conference of Asian Association of Indigenous and Cultural Psychology (ICAAIP 2017)*. Atlantis Press. doi:<https://doi.org/10.2991/icaaip-17.2018.49>
- Sulistiani, W., Suminar, D. R., & Hendriani, W. (2018). The career adapt-abilities scale Indonesian form: Psychometric Properties and Construct Validity. *Proceeding of the 4th International Conference on Education*, 4(2), 1-9.

- Sulistianingrum, L., & Mulyana, O. P. (2024). Hubungan antara modal psikologis dengan komitmen organisasi pada pegawai. *Character: Jurnal Penelitian Psikologi*, 11(2), 966-981. doi:<https://doi.org/10.26740/cjpp.v11n2.p966-981>
- Supriadi, C. (2026, Februari 19). Smart consumer bikin ribuan brand FMCG tumbang di eCommerce. *Marketing*. Retrieved from <https://marketing.co.id/smart-consumer-bikin-brand-fmcg-berguguran-di-ecommerce-kecantikan-jadi-penyelamat/>
- Sutrisno, A. B., Suhariadi, F., Wijoyo, S., Aldhi, I. F., Teofilus, & Hardaningtyas, D. (2024). Psychology capital and organizational commitment of novice police: the mediation effect of career adaptability. *International Journal of Evaluation and Research in Education (IJERE)*, 13(4), 2659-2669.
- Syaifullah, A. (2025, Mei 14). PHK massal 2025, daya beli melemah, kelas menengah tertekan: Solusi kebijakan. *Kompasiana.com*. Retrieved from <https://www.kompasiana.com/husainalfatih/68238230c925c47e62758135/phk-massal-2025-daya-beli-melemah-kelas-menengah-tertekan-solusi-kebijakan?page=all#section1>
- The Ontario Broker. (2022, Desember 20). The History of Workplace Technology - TOB. *TOB*. Retrieved from <https://tob.ibao.org/industry-and-markets/the-history-of-workplace-technology/>
- Trikarinaputri, E., Florentin, V., & Revanda, H. (2025, Mei 8). Rangkaian gelombang PHK sejak awal 2025: Media massa hingga sektor manufaktur | tempo.co. *Tempo.co*. Retrieved from <https://www.tempo.co/ekonomi/rangkaian-gelombang-phk-sejak-awal-2025-media-massa-hingga-sektor-manufaktur-1374251>
- Türk, A., & Udum, O. E. (2026). Understanding how organizational socialization shapes organizational commitment: A qualitative study in the aviation industry. *Acta Psychologica*, 262, 106115. doi:<https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2025.106115>
- Upadhyay, A. (2024). Effective sales promotion techniques in the FMCG sector: Strategies, impacts, and best practices. *International Journal of Advanced Research in Science, Communication and Technology (IJARSCT)*, 4(5), 79-83. Retrieved from <https://www.ijarsct.co.in/Paper21121.pdf>
- VanderStoep, S. W., & Johnson, D. D. (2009). *Research methods for everyday life: Blending qualitative and quantitative approaches*. San Fransisco: John Wiley & Sons.
- Wicaksana, R. M. (2020). *Pengaruh adaptabilitas karir terhadap kepuasan kerja pada dosen generasi Y*. Skripsi thesis. Universitas Airlangga.
- Wijonarko, G., Muksin, N. N., & Rajiani, I. (2024). The loyalty imperative: Understanding the link between organizational culture and employee commitment. *Journal of Infrastructure, Policy and Development*, 8(4), 3267. doi:<https://doi.org/10.24294/jipd.v8i4.3267>
- Wu, W.-Y., & Nguyen, K.-V. H. (2019). The antecedents and consequences of psychological capital: a meta-analytic approach. *Leadership & Organization Development Journal*, 40(4), 435-456.
- Wulandari, D. A., & Hasanati, N. (2024). Hubungan antara psychological capital dan career adaptability anggota Dit Samapta Polda. *Cognicia*, 12(1), 1-9. doi:<https://doi.org/10.22219/cognicia.v12i1.28518>
- Wulandari, R. D., & Iskandar, D. A. (2018). Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada produk kosmetik. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB)*, 3(1), 11-18.
- Xia, D., Sun, J., Zhang, C., & Zhang, Y. (2022). The relationship between organizational commitment and turnover intention among temporary employees in the local government: Mediating role of perceived insider status and moderating role of gender. *Frontiers in Psychology*, 13.
- Xu, H., Wang, Z., Lian, N., Khan, A., & Zhang, L. (2022). The impact of transformational leadership on organizational commitment and intention to stay: Empirical evidence from China's performing arts industry. *Frontiers in Psychology*, 13, 874803. doi:<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.874803>

- Xu, Q., Hou, Z., Zhang, C., Cui, Y., & Hu, X. (2024). Influences of human, social, and psychological capital on career adaptability: net and configuration effects. *Current Psychology*, 2104-2113. doi:<https://doi.org/10.1007/s12144-023-04373-y>
- Yahya, A. N., & Farisa, F. C. (2025, Juni 2). Ancaman gelombang PHK massal, buruh desak pemerintah turun tangan. Retrieved from <https://megapolitan.kompas.com/read/2025/06/02/08004181/ancaman-gelombang-phk-massal-buruh-desak-pemerintah-turun-tangan>
- Yang, Y., & Mostafa, A. M. (2024). High-performance human resource practices, organizational identification and employee commitment: the moderating role of organizational culture. *Frontiers in Psychology*, 15, 1-11. doi:10.3389/fpsyg.2024.1494186
- Yusuf, A. M. (2017). *Metode penelitian: Kuantitatif, kualitatif, dan penelitian gabungan* (1st ed.). Kencana.
- Zhang, X., Shen, Y., Xu, J., & Cui, G. (2025). How does career-related parental support benefit career adaptability of medical imaging technology students in Asia-Pacific LMICs? The roles of psychological capital and career values. *Frontiers in Psychology*, 16, 1-9. doi:<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2025.1508926>
- Zyberaj, J., Seibel, S., Schowalter, A. F., Pötz, L., Richter-Killenberg, S., & Volmer, J. (2022). Developing sustainable careers during a pandemic: The role of psychological capital and career adaptability. *Sustainability (Switzerland)*, 14(5), 3105. doi:<https://doi.org/10.3390/su14053105>