

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Era globalisasi saat ini menyebabkan persaingan bisnis dalam berbagai industri semakin ketat dan kompetitif sehingga setiap industri bisnis dituntut untuk terus berkembang dan meningkatkan kemampuan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan. Salah satu industri bisnis yang mengalami pertumbuhan cepat adalah industri pariwisata, khususnya perhotelan di Kota Surabaya. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), yang dimaksud hotel adalah bangunan berkamar banyak yang disewakan sebagai tempat untuk menginap dan makan bagi orang yang sedang dalam perjalanan. Selain itu, hotel merupakan bentuk akomodasi yang dikelola secara komersial, disediakan bagi setiap orang untuk memperoleh pelayanan, penginapan, makan, dan minum.

Berdasarkan data yang dibuat oleh Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Surabaya, jumlah wisatawan domestik yang menginap di hotel-hotel di Kota Surabaya semakin meningkat, sebagai berikut:

Bulan dan Tahun	Jumlah (orang)
Juli 2013	73.173
Agustus 2013	69.850
September 2013	84.930
Oktober 2013	92.918
November 2013	93.571
Desember 2013	86.140
Januari 2014	76.214
Februari 2014	74.983
Maret 2014	94.220
April 2014	86.409
Mei 2014	97.568

Bulan dan Tahun	Jumlah (orang)
Juni 2014	107.430

Sumber : surabayakota.bps.go.id

Tabel 1.1 Jumlah Wisatawan Domestik yang Menginap di Hotel di Kota Surabaya dalam Waktu 1 Tahun

Dapat dilihat dari Tabel 1.1 diatas, dapat diketahui bahwa wisatawan di Kota Surabaya mengalami peningkatan, yang semakin banyak pula hotel yang dibutuhkan oleh Kota Surabaya (phrijawatimur.com, 2020). Untuk memenuhi kebutuhan dalam melayani orang yang menginap di hotel, industri perhotelan harus mampu meningkatkan kualitas produk, harga, ketepatan waktu pengiriman, dan pelayanan yang diberikan. Kualitas pelayanan dalam industri perhotelan di Kota Surabaya bisa semakin maju karena pemerintah ikut serta dalam memberikan pembinaan dan pengawasan. Di Kota Surabaya, kualitas pelayanan dalam industri perhotelan sudah cukup baik. Namun, kualitas pelayanan tersebut harus tetap dipertahankan, bahkan lebih ditingkatkan agar dapat memberikan rasa aman dan nyaman bagi pelanggan untuk menikmati pelayanan hotel yang disediakan (surabayakota.bps.go.id). Oleh karena itu, kualitas pelayanan menjadi perhatian penting bagi industri perhotelan karena hotel dituntut untuk memberikan jasa dengan kualitas dan mutu pelayanan terbaik kepada pelanggan akan lebih bertahan karena mampu memberikan nilai lebih baik dari para pesaingnya (Hur *et al.*, 2016).

Sebuah perusahaan yang bergerak dalam perhotelan dituntut untuk berinovasi melalui pelayanan yang diberikan kepada pelanggan yang berfungsi untuk meningkatkan nilai dan daya saing perusahaan hotel itu sendiri. Untuk mencapai itu, individu karyawan dituntut untuk memiliki kreativitas dalam memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan guna mendukung perusahaan hotel dalam mencapai inovasi. Beberapa hotel yang berdomisili di Surabaya menjadi sasaran yang relevan untuk obyek penelitian ini karena semakin banyaknya jumlah hotel di Kota Surabaya, baik yang sudah berdiri maupun sedang dalam proses pembangunan. Hal ini disebabkan semakin bertambahnya jumlah wisatawan yang datang ke Kota Surabaya, baik dalam perjalanan bisnis maupun dalam tujuan

lainnya. Sehingga perlu meningkatkan jumlah hotel-hotel di Kota Surabaya untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Menurut Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI), Indonesia mengalami peningkatan jumlah hotel, khususnya di Kota Surabaya (phrijawatimur.com, 2020).

Selain itu, alasan dipilihnya hotel di Kota Surabaya menjadi obyek penelitian karena pentingnya perilaku karyawan dalam memberikan layanan terhadap pelanggan, yang dimana perilaku karyawan dapat menimbulkan persepsi pelanggan terhadap baik/buruk citra perusahaan hotel dalam memberikan pelayanan. Sebagai penyedia jasa layanan, hotel perlu memerhatikan bagaimana cara mereka dalam memberikan kualitas pelayanan yang terbaik bagi pelanggan melalui perilaku dan sikap kerja karyawan, yang dimana membutuhkan *employee creativity* untuk melakukan inovasi dalam memberikan layanan. Walaupun suatu perusahaan hotel telah memiliki standar dan kualitas pelayanan yang baik, perlu adanya upaya dari organisasi dalam mempertahankan atau bahkan meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan (Coelho, Augusto, & Lages, 2011). Untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitas layanan di Kota Surabaya, *employee creativity* merupakan salah satu faktor penunjang terpenting dalam menciptakan ide-ide baru untuk menghasilkan inovasi bagi pelayanan organisasi hotel (Hur *et al.*, 2016).

Terdapat dua hal yang membuat bisnis dapat tumbuh dan berkembang, yaitu pemasaran dan inovasi. Inovasi dalam perusahaan hotel tidak sekadar hasil dari strategi, tetapi juga hasil dari kemampuan sumber daya manusia dalam menciptakan perilaku kreatif karena *employee creativity* dibutuhkan untuk menunjang perusahaan hotel dalam mencapai kualitas pelayanan yang terbaik. Kreativitas adalah suatu cara yang harus dilakukan karyawan untuk menciptakan ide-ide baru berupa produk, layanan, maupun prosedur. *Employee creativity* dapat mencakup banyak elemen yang tidak berwujud sehingga untuk membuat elemen kreativitas dapat diukur, maka bentuk nyata dari hasil kreativitas dalam perhotelan adalah inovasi produk berupa fasilitas dan layanan yang berkelanjutan (Hur, Moon, & Jun, 2016).

Penelitian dalam bidang pemasaran dan manajemen semakin meningkat mengenai peran kerja emosional yang dilakukan terhadap *service employees*, seperti penelitian oleh Cho *et al.* (2016) dan Hur *et al.* (2016). Dimana *frontline service employees* merupakan sumber daya yang penting dalam mempengaruhi hasil dari kepuasan dan loyalitas pelanggan. Sebagai “wajah perusahaan jasa” dalam perusahaan hotel, *service employees* harus mampu menciptakan emosi yang positif, seperti keramahan dan suasana hati yang baik dalam berinteraksi dengan pelanggan (Rupp *et al.*, 2007), dimana karyawan memerlukan kreativitas dalam memberikan pelayanan terbaik terhadap pelanggan.

Untuk menciptakan suasana kerja yang positif, maka lingkungan tempat kerja perlu diperhatikan oleh *Human Resource Management* (HRM). Hal ini penting bagi perusahaan hotel dalam menciptakan tempat kerja yang positif karena hotel bergantung pada tenaga kerja yang sehat dan memiliki motivasi tinggi dalam upaya menghadapi pasar yang semakin global (Chu *et al.*, 2000). Sehingga manajer pada perusahaan hotel perlu mendorong karyawan untuk lebih kreatif dalam melakukan pekerjaan. Dimana *employee creativity* sangat dibutuhkan bagi setiap perusahaan hotel yang berorientasi pada layanan karena dapat meningkatkan nilai dari layanan hotel yang kemudian dapat meningkatkan kepuasan pelanggan (Coelho, Augusto, & Lages, 2011).

Selain itu, *employee creativity* pada perhotelan di Kota Surabaya yang berorientasi pada layanan menjadi sangat penting karena dapat meningkatkan dan mengembangkan kemampuan internal dalam upaya mengalami perubahan dan menciptakan inovasi dalam melakukan persaingan yang semakin ketat (Barley & Kunda, 2001). Dimana *service employees* dituntut untuk memberikan layanan kepada pelanggan atas permintaan mereka yang beraneka ragam karakteristiknya. Dan karyawan dituntut untuk lebih kreatif dalam menjalankan rutinitas harian karena harus memberikan ide-ide baru dalam upaya untuk membawa perubahan dalam pekerjaan dan tugas-tugas mereka. Dimana potensi wawasan dan solusi permasalahan hasil dari *employee creativity* dibutuhkan untuk memengaruhi kepuasan pelanggan (Coelho *et al.*, 2011). Dengan begitu, perhotelan di Kota Surabaya dapat berhasil dalam mencapai keunggulan kompetitif.

Terbentuknya *employee creativity* dapat dipengaruhi oleh faktor internal individu karyawan, yaitu kepribadian kreatif dan kekuatan dalam upaya pertumbuhan diri. Selain itu, dapat dipengaruhi oleh faktor eksternal individu karyawan, yaitu karakteristik pekerjaan serta hubungan dengan rekan kerja dan pelanggan di tempat kerja (Coelho *et al.*, 2011). *Employee creativity* mampu memberi efek positif pada hasil kerja karyawan sehingga dianggap bernilai bagi perusahaan hotel. Menurut beberapa penelitian mengenai *employee creativity*, menganggap bahwa kreativitas berdampak positif bagi karyawan dalam menghasilkan ide-ide baru dan mengembangkan inovasi dalam memberikan layanan kepada pelanggan (Cho *et al.*, 2016; Hur *et al.*, 2016).

Menurut Amabile's *Componential Model of Creativity*, lingkungan kerja dapat memengaruhi perkembangan *employee creativity* dalam perusahaan, seperti lingkungan kerja yang berpotensi untuk melemahkan *employee creativity* termasuk kritikan terhadap ide-ide baru yang diusulkan oleh karyawan, masalah politik internal perusahaan, penekanan pada status quo, konservatif, menghindari risiko, dan pengawasan yang kasar (Amabile, Conti, Coon, Lazenby, & Herron, 1996). Salah satu penyebab yang dapat memengaruhi perkembangan *employee creativity* adalah *workplace incivility* yang bertujuan untuk merusak target seorang karyawan (Andersson & Pearson, 1999). Yang dimaksud *workplace incivility* adalah suatu perilaku menyimpang baik secara verbal maupun non-verbal yang dapat mengganggu, melemahkan, bahkan merusak karyawan dan merupakan tindakan yang melanggar norma-norma untuk saling menghormati antar karyawan di tempat kerja (Andersson & Pearson, 1999), seperti perilaku kasar dan tidak sopan (Lim, Cortina, & Magley, 2008).

Banyak peneliti yang tertarik untuk melakukan penelitian terhadap *workplace incivility* karena semakin meningkatnya masalah tersebut di bidang bisnis, khususnya di bidang perhotelan (Buhler, 2003; Pearson, Andersson, dan Wegner, 2001; Pearson dan Porath, 2005). Peningkatan *workplace incivility* di suatu organisasi hotel dapat memberikan dampak negatif yang berkelanjutan berupa kerugian finansial (Keenan dan Newton, 1985). Dengan adanya ketertarikan banyak peneliti untuk melakukan penelitian mengenai *workplace incivility* perlu adanya

analisis literatur yang menyeluruh dimana *workplace incivility* perlu diperhatikan oleh organisasi karena dampaknya yang secara teoritis mampu membahayakan organisasi dan individu sumber daya manusia di dalam organisasi tersebut (Cortina *et al.*, 2001).

Dalam penelitian ini, *workplace incivility* menjadi perhatian untuk dilakukannya penelitian karena dari beberapa hotel di Kota Surabaya yang telah dilakukan survei oleh peneliti terdapat 11 hotel di Kota Surabaya yang mengalami adanya *workplace incivility* dengan rincian sebagai berikut:

Nama Hotel	Klasifikasi				
	Bintang 1	Bintang 2	Bintang 3	Bintang 4	Bintang 5
Artotel Surabaya			√		
Fave Hotel Rungkut			√		
Hotel 88 Embong Kenongo		√			
Hotel 88 Embong Malang		√			
Hotel 88 Kedungsari		√			
Luminor Hotel Jemursari			√		
Quest Hotel Darmo			√		
Royal Singosari Cendana			√		
Vasa Hotel					√
Wyndham Hotel					√
Zoom Hotel Dharmahusada			√		

Sumber: Traveloka

Tabel 1.2 Klasifikasi Hotel berdasarkan Jumlah Angka Bintang

Dapat dilihat dari Tabel 1.2 diatas, dapat diketahui bahwa terdapat 3 hotel berbintang 2, 7 hotel berbintang 3, dan 2 hotel berbintang 5 yang dimana hotel-hotel tersebut mengalami adanya *workplace incivility*, baik dalam bentuk *coworker* ataupun *customer incivility*. Dari ke-11 hotel tersebut, terdapat 2 hotel, yaitu hotel berbintang 5 yang menjadi kendala dalam penelitian ini. Dimana kedua hotel berbintang 5 tersebut mengalami *workplace incivility* yang berintensitas rendah. Hal ini disebabkan adanya standar dan kualitas kerja yang baik, yang telah diterapkan terhadap pegawai di organisasi. Walaupun kedua hotel berbintang 5 tersebut memiliki *workplace incivility* berintensitas rendah, namun hal tersebut bukanlah masalah kecil bagi organisasi hotel karena *workplace incivility* terbukti mampu memberikan dampak negatif terhadap karyawan hotel (Martin dan Hine, 2005; Vickers, 2006; Cho *et al.*, 2016; Hur *et al.*, 2016). Selain itu, dari 11 hotel yang diteliti, terdapat 9 hotel lain yang mengalami hal serupa. Dimana ke-9 hotel tersebut mengalami *workplace incivility*, baik dalam bentuk *coworker* ataupun *customer incivility* dengan intensitas yang tinggi, dimana tindakan tersebut seringkali terjadi secara berulang-ulang terhadap karyawan.

Maka dari itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai *workplace incivility* karena masalah tersebut merupakan tindakan yang mengkhawatirkan yang sering terjadi dalam perusahaan yang berorientasi pada layanan (Andersson & Pearson, 1999; Sliter *et al.*, 2010), seperti penelitian oleh Hur *et al.* (2016) menemukan bahwa 281 *service employees* di sebuah hotel di Korea Selatan mengalami *workplace incivility* yang dilakukan oleh *coworker* dan *customer*. Selain itu, penelitian oleh (Cho *et al.*, 2016) menemukan bahwa 239 *service employees* di sebuah restoran mengalami *workplace incivility* yang dilakukan oleh *coworker*, *customer*, dan *supervisor*.

Andersson dan Pearson (1999) menjelaskan *workplace incivility* sebagai perilaku menyimpang yang memiliki intensitas rendah dengan tujuan untuk melukai karyawan target yang dapat melanggar norma-norma di tempat kerja untuk saling menghormati. Perilaku yang melanggar norma di tempat kerja dapat berupa perilaku yang kasar, tidak sopan, dan menunjukkan rasa hormat terhadap karyawan target. Dapat dikatakan berintensitas rendah karena *workplace incivility* memiliki

makna yang ambigu, dimana perilaku tersebut bersifat subjektif sehingga makna dari perilaku tersebut dapat diinterpretasikan yang bergantung pada bagaimana perilaku tersebut dinilai dan dirasakan oleh karyawan target. Oleh karena itu, interpretasi atau persepsi atas *workplace incivility* memiliki makna yang berbeda-beda pada setiap karyawan target yang mengalaminya. Hal ini bergantung pada seberapa besarnya tindakan *workplace incivility* yang dirasakan, dimana ada sebagian karyawan target yang merasa bahwa tindakan tersebut biasa saja, namun ada pula yang menganggap bahwa tindakan *workplace incivility* sangat mengganggu dan menyakiti hati karyawan target (Andersson dan Pearson, 1999).

Workplace incivility yang dilakukan secara berulang-ulang dapat menyebabkan karyawan kurang mementingkan peran pekerjaan sehingga lebih mementingkan peran lain dalam diri mereka (Cortina *et al.*, 2001). Dimana karyawan akan melakukan penarikan diri dari pekerjaan, melakukan ketidakhadiran dalam bekerja, dan hilangnya waktu dalam pekerjaan (Buhler, 2003; Cortina *et al.*, 2001; Martin & Hine, 2005; Pearson *et al.*, 2001). Selain itu, terjadinya *workplace incivility* terbukti memiliki dampak yang dapat merusak kesehatan mental dan fisik karyawan target, dimana karyawan merasa kesulitan untuk tidur, merasa cemas, kehilangan konsentrasi dalam bekerja, perasaan khawatir yang berlebihan, dan stres (Gardner dan Johnson, 2001).

Workplace incivility dapat dilakukan oleh *coworker*, *customer*, dan *supervisor*. Dimana ketiga bentuk *workplace incivility* tersebut dapat memengaruhi terjadinya *emotional exhaustion* karyawan (Reio, 2013; Hur *et al.*, 2014; Cho *et al.*, 2016; Hur *et al.*, 2016). Pelanggan memiliki harapan atas pelayanan yang diberikan karyawan, dimana pelanggan menuntut pelayanan yang terbaik dari karyawan. Jika harapan dari pelanggan tidak dipenuhi oleh karyawan, maka itu akan menyebabkan terjadinya *customer incivility*, baik dalam bentuk verbal maupun non-verbal. Karyawan sebagai penyedia jasa layanan di perhotelan harus mengulangi kinerja layanan yang diharapkan pelanggan dibandingkan dengan karyawan sebagai penyedia layanan di industri jasa karena banyaknya jumlah pelanggan yang datang secara berulang-ulang dengan karakteristik yang berbeda-beda, dimana situasi tersebut memungkinkan antar karyawan untuk lebih banyak berinteraksi, yang

kemudian akan menyebabkan terjadinya *coworker incivility* (Gustafsson, 2009; Cho *et al.*, 2016).

Dalam situasi seperti ini, *supervisor* memiliki andil dalam menilai kinerja karyawan, dimana *supervisor* memberikan tuntutan lebih banyak terhadap karyawan untuk tetap memberikan pelayanan yang terbaik. Namun, dalam hal ini interaksi antara karyawan dengan *supervisor* memiliki intensitas yang lebih rendah dibandingkan dengan interaksi antara karyawan dengan karyawan lain atau antara karyawan dengan pelanggan yang memungkinkan terjadinya *coworker* dan *customer incivility*. Selain itu, *coworker* dan *customer incivility* dianggap lebih berpengaruh terhadap gangguan psikologis dan fisik karyawan target dibandingkan dengan *supervisor incivility*. Hal ini sejalan dengan penelitian oleh Cho *et al.* (2016) yang menyatakan bahwa *customer incivility* merupakan pengaruh pertama terjadinya *emotional exhaustion*, yang kemudian disusul oleh *coworker incivility* sebagai pengaruh kedua yang paling kuat.

Workplace incivility baik dalam bentuk *coworker* dan *customer incivility* memiliki efek negatif pada kesejahteraan psikologis dan tingkat stres karyawan (Cortina *et al.*, 2001), yang kemudian akan meningkatkan *emotional exhaustion* karyawan (Cho *et al.*, 2016; Hur *et al.*, 2016), yaitu suatu perasaan yang tidak berdaya atas emosi yang dirasakan dan menyebabkan sumber daya emosional karyawan mengalami penipisan (Maslach dan Jackson, 1986). Sama halnya dengan penelitian oleh Cho *et al.* (2016) dan Hur *et al.* (2016) yang menunjukkan bahwa *coworker* dan *customer incivility* terbukti telah memberi efek negatif terhadap karyawan target berupa *emotional exhaustion* (Cho *et al.*, 2016; Hur *et al.*, 2016).

Karyawan pada organisasi jasa yang berorientasi pada layanan harus mampu dalam menyembunyikan emosi negatif, serta memberikan senyuman yang terbaik kepada pelanggan karena karyawan dituntut untuk memberikan layanan terbaik kepada pelanggan tanpa mempedulikan perasaan internal, bahkan karyawan dituntut untuk mampu dalam mengelola emosi diri (Lin dan Teng, 2012). Namun, hal seperti itu dapat menyebabkan karyawan mengalami *emotional exhaustion* apabila keadaan seperti itu secara jangka panjang dialami oleh karyawan. Dimana *emotional exhaustion* seringkali muncul ketika karyawan dihadapkan pada

pelanggan yang rumit dan memberikan banyak tuntutan. Perlu diketahui bahwa *emotional exhaustion* yang dirasakan karyawan dapat menyebabkan penurunan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, sehingga dapat menyebabkan penurunan jumlah pelanggan yang berkunjung dan penjualan organisasi (Lin dan Teng, 2012).

Dalam konteks organisasi, *affective event theory* (AET) membahas mengenai suasana dan perasaan hati karyawan. Dimana *workplace incivility*, baik *coworker* maupun *customer incivility* mampu menciptakan lingkungan kerja yang tidak baik, seperti adanya permusuhan. Walaupun tindakan dari *coworker* dan *customer incivility* bersifat sederhana atau berintensitas rendah, namun apabila hal tersebut dilakukan secara berulang-ulang akan menyakiti karyawan secara mental maupun fisik (Johnson dan Indvic, 2001). Selain itu, kedua bentuk *workplace incivility* tersebut dapat memperlambat kinerja tim dan menyebabkan karyawan bekerja secara individu. Misalnya, ketika karyawan sedang melakukan pekerjaan dalam memberikan layanan yang berurusan dengan pelanggan yang banyak menuntut dan tidak ramah, serta berurusan dengan rekan kerja yang tidak mau saling membantu dan merasa bahwa pekerjaan dapat dilakukan sendiri, karyawan cenderung merasa sakit hati dan berujung pada stres. Dimana *coworker* dan *customer incivility* berakibat negatif terhadap kondisi psikologis karyawan dan pikiran-pikiran negatif tersebut menumpuk secara cepat, yang akan menyebabkan karyawan mengalami *emotional exhaustion* (Vickers, 2006). Pada akhirnya, kedua perilaku *workplace incivility* tersebut akan memengaruhi hasil *employee creativity* dan perusahaan akibat peningkatan stres karyawan (Grandey, Dickter, & Sin, 2004; Hur *et al.*, 2016; Wright & Cropanzano, 1998).

Berdasarkan *Conservation of Resource (COR) Theory*, individu memiliki sumber daya dan energi yang terbatas, dimana sumber daya yang lebih banyak telah diinvestasikan pada suatu peran, maka sumber daya pada peran lainnya akan lebih sedikit (Hobfoll, 1989). Semakin banyak karyawan yang menghadapi *workplace incivility*, maka semakin besar kemungkinan mereka untuk melindungi penipisan sumber daya emosional. Sehingga, *COR Theory* mengasumsikan bahwa *workplace incivility*, baik *coworker* maupun *customer incivility* mengarah pada penipisan

sumber daya emosional yang menyebabkan karyawan mengalami *emotional exhaustion* (Cho *et al.*, 2016; Cortina *et al.*, 2001; Hur *et al.*, 2016; Lim *et al.*, 2008).

Namun, *emotional exhaustion* karyawan dapat dikurangi dengan meningkatkan sumber daya lain, seperti *emotion regulation ability* (ERA) karyawan dan *perceived organizational support* (POS). Dimana kedua sumber daya tersebut dianggap mampu mengurangi *emotional exhaustion* karyawan yang mengalami *workplace incivility*, baik *coworker* maupun *customer incivility* (Cho *et al.*, 2016). Dengan begitu, diharapkan *emotional exhaustion* karyawan dapat menurun yang kemudian akan meningkatkan *employee creativity* sehingga karyawan mampu memberikan pelayanan terbaik bagi pelanggan walaupun mereka sedang mengalami *workplace incivility*, baik dalam bentuk *coworker* maupun *customer incivility*.

Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh *workplace incivility*, baik berupa *coworker* maupun *customer incivility* terhadap *employee creativity* dalam memberikan layanan terhadap pelanggan dengan dimediasi oleh *emotional exhaustion* karyawan, serta adanya moderasi dari *perceived organizational support* dan *emotion regulation ability* yang dapat memperlemah hubungan antara *workplace incivility* terhadap *emotional exhaustion* karyawan, sehingga perlu adanya penelitian lebih lanjut pada beberapa hotel di Kota Surabaya untuk mengetahui seberapa besar kemampuan karyawan dalam memberikan layanan terhadap pelanggan walaupun mereka mengalami *workplace incivility*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang di atas, maka peneliti membuat Rumusan Masalah penelitian sebagai berikut:

1. Apakah *Coworker Incivility* mempengaruhi *Employee Creativity*?
2. Apakah *Customer Incivility* mempengaruhi *Employee Creativity*?
3. Apakah *Coworker Incivility* mempengaruhi *Emotional Exhaustion*?
4. Apakah *Customer Incivility* mempengaruhi *Emotional Exhaustion*?
5. Apakah *Emotional Exhaustion* mempengaruhi *Employee Creativity*?

6. Apakah *Perceived Organizational Support* memoderasi pengaruh *Coworker Incivility* terhadap *Emotional Exhaustion*?
7. Apakah *Perceived Organizational Support* memoderasi pengaruh *Customer Incivility* terhadap *Emotional Exhaustion*?
8. Apakah *Emotion Regulation Ability* memoderasi pengaruh *Coworker Incivility* terhadap *Emotional Exhaustion*?
9. Apakah *Emotion Regulation Ability* memoderasi pengaruh *Customer Incivility* terhadap *Emotional Exhaustion*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan Rumusan Masalah yang telah diidentifikasi, maka Tujuan Penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Coworker Incivility* terhadap *Employee Creativity*.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Customer Incivility* terhadap *Employee Creativity*.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Coworker Incivility* terhadap *Emotional Exhaustion*.
4. Untuk mengetahui pengaruh *Customer Incivility* terhadap *Emotional Exhaustion*.
5. Untuk mengetahui pengaruh *Emotional Exhaustion* terhadap *Employee Creativity*.
6. Untuk mengetahui pengaruh moderasi *Perceived Organizational Support* terhadap *Coworker Incivility* dengan *Emotional Exhaustion*.
7. Untuk mengetahui pengaruh moderasi *Perceived Organizational Support* terhadap *Customer Incivility* dengan *Emotional Exhaustion*.
8. Untuk mengetahui pengaruh moderasi *Emotion Regulation Ability* terhadap *Coworker Incivility* dengan *Emotional Exhaustion*.
9. Untuk mengetahui pengaruh moderasi *Emotion Regulation Ability* terhadap *Customer Incivility* dengan *Emotional Exhaustion*.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang peneliti harapkan dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Karyawan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai cerminan bagi karyawan untuk menjadi karyawan yang mampu dalam menciptakan perilaku kreatif dalam memberikan layanan kepada pelanggan dan memenuhi kebutuhan pelanggan yang beragam, meskipun karyawan menghadapi *workplace incivility*, baik *coworker* maupun *customer incivility*.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai pedoman bagi perusahaan dalam mendukung karyawan dalam berperilaku kreatif sehingga akan meningkatkan kinerja perusahaan.

3. Bagi Penelitian Selanjutnya

Hasil penelitian diharapkan dapat dijadikan literatur atau panutan bagi peneliti selanjutnya mengenai pentingnya kondisi kerja dan suasana hati karyawan dalam menciptakan kreativitas dalam memberikan layanan kepada pelanggan dan memenuhi kebutuhan pelanggan yang beragam.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah penyusunan dan pembahasan dalam penelitian ini, maka peneliti membaginya atas beberapa bab, yaitu:

BAB I: PENDAHULUAN

Dalam bab ini, membahas mengenai Latar Belakang, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

BAB II: LANDASAN TEORI

Dalam bab ini, membahas mengenai uraian dari teori-teori yang berhubungan dengan penelitian/studi, yang terdiri dari: *Conservation of Resource (COR) Theory*, *Amabile's Componential Model of Creativity*, *Self-Determination Theory (SDT)*, dan *Organizational Support Theory*. Selain itu, bab ini juga menyajikan hubungan antar variabel penelitian, dan selanjutnya terdapat hipotesis penelitian.

BAB III: METODE PENELITIAN

Dalam bab ini, menyajikan pendekatan penelitian, populasi dan sampel yang digunakan, data yang digunakan, metode penelitian data, variabel penelitian, skala pengujian, uji validitas dan reliabilitas, serta metode analisis data.

BAB IV: ANALISA DATA dan PEMBAHASAN

Dalam bab ini, membahas mengenai hasil pengujian validitas dan realibilitas, termasuk karakteristik responden, deskripsi hasil penelitian, pembahasan hasil penelitian, dan pengujian hipotesis.

BAB V: KESIMPULAN dan SARAN

Dalam bab ini, membahas mengenai kesimpulan dari hasil penelitian dan saran untuk penelitian selanjutnya.