

**PERAN REGULASI EMOSI DALAM MEMODERASI PENGARUH
CUSTOMER INCIVILITY TERHADAP KELELAHAN EMOSIONAL
PADA *FRONTLINER* BANK**

SKRIPSI



Disusun oleh:

FARAH SHABRINA PUTRI

NIM. 111811133147

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS AIRLANGGA**

2022

**PERAN REGULASI EMOSI DALAM MEMODERASI PENGARUH
CUSTOMER INCIVILITY TERHADAP KELELAHAN EMOSIONAL
PADA *FRONTLINER* BANK**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Psikologi
Universitas Airlangga Surabaya

Disusun Oleh:

Farah Shabrina Putri

NIM. 111811133147

FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA

2022

HALAMAN PERSETUJUAN

**PERAN REGULASI EMOSI DALAM MEMODERASI PENGARUH
CUSTOMER INCIVILITY TERHADAP KELELAHAN EMOSIONAL
PADA *FRONTLINER* BANK**

Surabaya, 12 Juni 2022

Skripsi ini telah disetujui oleh
Dosen Pembimbing Penulisan Skripsi



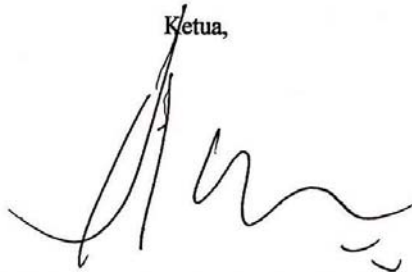
Dewi Syarifah, M.Psi., Psikolog

NIP: 198009292009122001

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan dewan penguji pada hari Jum'at, tanggal 08 Juli 2022 dengan susunan Dewan Penguji:

Ketua,



Prof. Dr. Seger Handoyo, M.Si., Psikolog.
NIP. 196702161991031001

Sekretaris,



Dr. Fajrianthi, M.Psi., Psikolog
NIP. 196803081998022001

Anggota,



Dewi Syarifah, M.Psi., Psikolog
NIP. 198009292009122001

LEMBAR PERNYATAAN



Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang saya susun ini merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam Skripsi yang saya peroleh dari hasil karya orang lain, telah saya tuliskan sumbernya dengan jelas, sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah.

Apabila pada kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam Skripsi saya, maka saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang telah saya sandang, beserta segala konsekuensinya, sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku.

Surabaya, 11 Juni 2022

Menyetujui,

(Farah Shabrina Putri)

HALAMAN MOTTO

Tidak ada yang terlambat.

Tidak ada yang terlalu cepat.

Kamu sedang berada di “Zona Waktumu”.

HALAMAN PERSEMBAHAN

**Saya persembahkan Skripsi ini untuk kedua orang tua yang tiada henti
memberikan dukungan, terkhusus untuk Almarhumah Mama saya.**

UCAPAN TERIMA KASIH

Segala puji dan syukur dipanjatkan kepada Allah karena atas berkat dan rahmat-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Peran Regulasi Emosi dalam Memoderasi Pengaruh *Customer Incivility* terhadap Kelelahan Emosional” ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi. terselesaikannya skripsi ini tentu tidak terlepas dari bantuan dan dukungan dari banyak pihak, untuk itu peneliti ingin mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya yang mendalam kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Suryanto, M.Si., Psikolog selaku dekan Fakultas Psikologi Unair.
2. Ibu Dewi Syarifah, M.Psi., Psikolog selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran dan arahan yang terbaik selama penyelesaian skripsi ini.
3. Ibu Dr. Dewi Retno Suminar, M.Si., Psikolog selaku dosen wali peneliti yang telah membantu peneliti sejak semester satu.
4. Almarhumah Ibu Olie Artha Firdausa selaku ibu kandung peneliti yang selalu memberikan dukungan pada peneliti untuk meneruskan perjuangan beliau sebagai seorang Psikolog.
5. Kedua orang tua peneliti, Bapak Bany Soedibjo dan Ibu Ika Satyawati yang senantiasa mendoakan dan memberikan dukungan yang tiada hentinya kepada peneliti.

6. Ibu dan Bapak mertua peneliti, Bapak Achmad Syafradji dan Ibu Nanik Handayani. Terima kasih atas segala bantuan dan dukungan yang telah diberikan selama peneliti menyelesaikan skripsi ini.
7. Mas Singgih Mahardika Nugroho selaku suami peneliti yang selalu ada saat dibutuhkan, selalu sabar mendengarkan setiap keluh kesah dan menemani setiap tangis. Semoga Allah selalu melimpahi berkah dalam hidupmu.
8. Anak peneliti tersayang, Rafathan Manggala Nugroho, yang berusia 3,5 bulan saat peneliti menyelesaikan skripsi ini.
9. Kakak, adik, dan keponakan peneliti, Mas Fariz, Mba Ajeng, Raeveya, Hafidz, Zain, Harits, Ichsan yang terus memberikan semangat serta dukungan pada peneliti.
10. Rafika, Nadya, Megieta, Rivenno, Desi, terima kasih atas segala suka cita, canda dan tawa yang telah dibagikan bersama selama kurang lebih empat tahun ini.
11. Bintang, Farah Dina, Fahrizky, Ratri, Marshall, Trifia yang pernah berjuang bersama dalam tugas-tugas kelompok.
12. Mba Nurul, Mba Sasa, Mba Ocit, Mba Elly, dan Avindra yang sering membagikan pengalamannya selama berkuliah di Psikologi Unair pada peneliti.
13. Azizah Widia selaku teman satu bimbingan, terima kasih atas bantuan serta kesempatan yang diberikan untuk berdiskusi selama peneliti menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah selalu memudahkan segala urusanmu.

14. BEM Kabinet Karya terutama Departemen Branding, Avindra, Mba Sasa, Mba Elly, Mba Nurul, Mba Ocit, Ratri, terima kasih sudah menemani dan membantu peneliti dalam berproses selama menjabat sebagai anggota BEM.
15. Ibu Dewi Syarifah, M.Psi., Psikolog selaku ketua LP3T. Terima kasih atas kesempatan dan bimbingannya selama ini.
16. Mba dan mas staf LP3T, Mba Kiput, Mba Andin, Mba Lisa, Mba Nay, Mba Tety, Mba Yuli, Mas Ferman yang sudah mengajarkan banyak hal pada peneliti selama peneliti magang di LP3T.
17. Magangers 27 LP3T, Fauzan, Gestal, Ela, Virgie, Ayin, Risko, Mifta, Arshya, Dimas, Lupi, Hafi, Dep, Gio, Armstrong, Ericha, Waode. Terima kasih atas segala bantuan dan suka duka yang dibagikan bersama selama ini.
18. Teman-teman peneliti selama SMA, cun, emak, salsa, trias, delvi, hana, irvan, lingga, sena, jeki, sumik, mijan yang selalu membagikan canda, tawa, serta suka cita.
19. Tante Sassy, Mas Yogi, dan pihak-pihak yang membantu peneliti untuk mengumpulkan data di bank.
20. Seluruh responden yang telah berpartisipasi dalam penelitian ini.
21. Serta seluruh teman-teman Possible, Dosen, dan Staf Fakultas Psikologi Universitas Airlangga yang sudah memberikan bantuan dalam bidang akademik maupun non akademik selama ini.

Surabaya, 11 Juni 2022

Peneliti

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vi
ABSTRAK.....	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	9
1.3 Batasan Masalah.....	12
1.3.1 <i>Customer incivility</i>	13
1.3.2 Kelelahan emosi (<i>emotional exhaustion</i>)	13
1.3.3 Regulasi emosi.....	13
1.3.4 <i>Frontliner Bank</i>	14
1.3 Rumusan Masalah.....	14
1.4 Tujuan Penelitian	14
1.5 Manfaat Penelitian	15
1.6.1 Manfaat Teoritis.....	15
1.6.2 Manfaat Praktis	15
BAB II	16
TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1 Kelelahan Emosional (<i>Emotional Exhaustion</i>).....	16
2.1.1 Definisi Kelelahan Emosional	16
2.1.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kelelahan Emosional.....	18
2.1.3 Aspek-aspek Kelelahan Emosional	20
2.1.4 Dampak Kelelahan Emosional	20
2.2 <i>Customer Incivility</i>	22

2.2.1 Definisi <i>Customer Incivility</i>	22
2.2.2 Antecedent dari <i>Customer Incivility</i> di Tempat Kerja	23
2.2.3 Ciri-ciri <i>Customer Incivility</i>	25
2.2.4 Dampak <i>Customer Incivility</i> Pada Karyawan di Tempat Kerja	26
2.3 Regulasi Emosi (<i>Emotion Regulation</i>)	27
2.3.1 Definisi Regulasi Emosi	27
2.3.2 Strategi Regulasi Emosi.....	28
2.3.3 Aspek-aspek Regulasi Emosi	30
2.3.4 Proses Regulasi Emosi.....	31
2.4 Hubungan Antara <i>Customer Incivility</i> , Regulasi Emosi, dan Kelelahan Emosional.....	32
2.5 Kerangka Konseptual	36
2.6 Hipotesis	37
BAB III	38
METODE PENELITIAN.....	38
3.1 Tipe Penelitian.....	38
3.2 Identifikasi Variabel Penelitian	39
3.3 Definisi Operasional Variabel Penelitian	41
3.3.1 Variabel Terikat: Kelelahan Emosional (<i>Emotional Exhaustion</i>).....	41
3.3.2 Variabel Bebas: <i>Customer Incivility</i>	43
3.3.3 Variabel Moderator: Regulasi Emosi	45
3.4 Subjek Penelitian	46
3.4.1 Populasi.....	46
3.4.2 Teknik Pengambilan Sampel	47
3.5 Teknik Pengumpulan Data	49
3.5.1 Instrumen Kelelahan Emosional (<i>Emotional Exhaustion</i>).....	50
3.5.2 Instrumen <i>Customer Incivility</i>	51
3.5.3 Instrumen Regulasi Emosi.....	53
3.6 Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur	54
3.6.1 Validitas	54
3.6.2 Reliabilitas	59
3.7 Teknik Analisis Data.....	60
BAB IV	62

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	62
4.1 Gambaran Subjek Penelitian	62
4.2 Pelaksanaan Penelitian	65
4.2.1 Persiapan Penelitian	65
4.2.2 Persiapan Instrumen Penelitian	66
4.2.3 Persiapan Administrasi Pengambilan Data	67
4.2.4 Pengambilan Data	67
4.2.5 Hambatan Penelitian	68
4.3 Hasil Penelitian	69
4.3.1 Analisis Statistik Deskriptif	69
4.3.2 Deskripsi Subjek Berdasarkan Kategori Skor	72
4.3.3 Uji Asumsi	75
4.3.4 Uji Hipotesis	83
4.4 Pembahasan	94
BAB V	99
KESIMPULAN DAN SARAN	99
5.1 Kesimpulan	99
5.2 Saran	99
5.2.1 Bagi Penelitian Selanjutnya	99
5.2.2 Bagi Perbankan di Indonesia	100
DAFTAR PUSTAKA	102
LAMPIRAN	108

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Hasil Power Analysis	49
Tabel 2. Respon item Employee Emotional Exhaustion Scale (EE Scale).....	51
Tabel 3. Respon item Customer Incivility Scale.	52
Tabel 4. Respon item Emotion Regulation Questionnaire (ERQ).....	54
Tabel 5. Blueprint skala adaptasi Emotion Regulation Questionnaire (ERQ).	54
Tabel 6. Tabel Hasil Uji Validitas Alat Ukur Customer Incivility Scale	56
Tabel 7. Tabel Hasil Uji Validitas Alat Ukur Emotional Exhaustion Scale (EE Scale) ..	57
Tabel 8. Tabel Uji Validitas Alat Ukur Emotion Regulation Questionnaire (ERQ).....	58
Tabel 9. Tabel Hasil Uji Reliabilitas Alat Ukur.	60
Tabel 10. Deskriptif Subjek Berdasarkan Data Demografisnya	62
Tabel 11. Analisis Deskriptif	69
Tabel 12. Acuan Normatif Skor Pengukuran.....	72
Tabel 13. Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov.....	76
Tabel 14. Uji Linearitas.....	77
Tabel 15. Uji Multikolinearitas	80
Tabel 16. Uji Korelasi	82
Tabel 17. Hasil Uji Koefisien Determinasi Variabel Customer Incivility dan Regulasi Emosi Cognitive Reappraisal terhadap Kelelahan Emosional.....	84
Tabel 18. Hasil Uji Koefisien Determinasi Variabel Customer Incivility dan Regulasi Emosi Expressive Suppression terhadap Kelelahan Emosional.....	86
Tabel 19. Hasil Uji F Variabel Customer Incivility dan Regulasi Emosi Cognitive Reappraisal terhadap Kelelahan Emosional.....	87
Tabel 20. Hasil Uji F Variabel Customer Incivility dan Regulasi Emosi Expressive Suppression terhadap Kelelahan Emosional.....	88

Tabel 21. Hasil Uji T Variabel Customer Incivility dan Regulasi Emosi Cognitive Reappraisal terhadap Kelelahan Emosional.....	89
Tabel 22. Hasil Uji T Variabel Customer Incivility dan Regulasi Emosi Expressive Suppression terhadap Kelelahan Emosional.....	90
Tabel 23. Hasil Uji Koefisien Determinasi Variabel Customer Incivility terhadap Kelelahan Emosional.....	92
Tabel 24. Hasil Uji F Variabel Customer Incivility terhadap Kelelahan Emosional.....	93
Tabel 25. Hasil Uji T Variabel Customer Incivility terhadap Kelelahan Emosional	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Konseptual	36
Gambar 2. Hubungan Antar Variabel	40
Gambar 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas	79

ABSTRAK

Farah Shabrina Putri, 111811133147, Peran Regulasi Emosi dalam Memoderasi Pengaruh *Customer Incivility* terhadap Kelelahan Emosional pada *Frontliner* Bank, Skripsi, Fakultas Psikologi Universitas Airlangga, 2022.

XVI + 106 halaman, 14 lampiran

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *customer incivility* terhadap kelelahan emosional serta peran regulasi emosi dalam memoderasi pengaruh *customer incivility* terhadap kelelahan emosional. Definisi *customer incivility* berdasarkan penjelasan dari Kern & Grandey, (2009); Sliter dkk., (2012), definisi kelelahan emosional berdasarkan penjelasan dari Maslach & Jackson, (1981), dan definisi dari regulasi emosi berdasarkan penjelasan dari Gross, (1998; Thompson, (1994).

Penelitian ini menggunakan salah satu tipe pendekatan kuantitatif, yaitu survey. Subjek penelitian ini adalah *frontliner* bank, baik *teller* maupun *customer service*, yang bekerja di salah satu bank di Indonesia. Total subjek dalam penelitian ini adalah 105 orang. Alat ukur pada penelitian ini menggunakan *Customer Incivility Scale* (Cortina dkk., 2001) untuk mengukur *customer incivility*, *Emotional Exhaustion Scale* (Maslach dkk., 1986) untuk mengukur kelelahan emosional, serta *Emotional Regulation Questionnaire* (Gross & Jhon, 2003) untuk mengukur regulasi emosi.

Hasil analisis penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan antara *customer incivility* dan kelelahan emosional ($p = 0,000$). Pada penelitian ini juga ditemukan bahwa regulasi emosi *cognitive reappraisal* dan *expressive suppression* tidak signifikan memoderasi pengaruh *customer incivility* terhadap kelelahan emosional ($p = 0,480$; $p = 0,194$).

Kata kunci: *customer incivility*, kelelahan emosional, regulasi emosi.
Daftar pustaka, 61 (1978 – 2022)

ABSTRACT

Farah Shabrina Putri, 111811133147, The Role of Emotion Regulation in Moderating the Effect of Customer Incivility on Emotional Exhaustion on Bank Frontliners, Thesis, Faculty of Psychology Universitas Airlangga, 2022.

XVI + 106 pages, 14 attachments

This study aims to determine the effect of customer incivility on emotional exhaustion and the role of emotion regulation in moderating the effect of customer incivility on emotional exhaustion. The definition of customer incivility is based on the explanation from Kern & Grandey, (2009); Sliter dkk., (2012), the definition of emotional exhaustion is based on the explanation of Maslach & Jackson, (1981), and the definition of emotion regulation is based on the explanation of Gross, (1998; Thompson, (1994).

This study uses one type of quantitative approach, namely a survey. The subject of this research is a bank frontline, both teller and customer service, who works in a bank in Indonesia. The total subjects in this study were 105 people. The measuring instrument in this study used Customer Incivility Scale (Cortina et al., 2001) to measure customer incivility, Emotional Exhaustion Scale (Maslach et al., 1986) to measure emotional exhaustion, and Emotional Regulation Questionnaire (Gross & John, 2003) to measure regulation emotion.

The results of the analysis of this study indicate that there is a significant positive effect between customer incivility and emotional exhaustion ($p = 0.000$). In this study, it was also found that cognitive reappraisal and expressive suppression did not significantly moderate the effect of customer incivility on emotional exhaustion ($p = 0.480$; $p = 0.194$).

Keywords: *customer incivility, emotional exhaustion, emotion regulation.*

References, 61 (1978 – 2022)