

## PENGARUH *ABUSIVE CUSTOMER BEHAVIOUR* TERHADAP *TURNOVER INTENTION* KARYAWAN RETAIL DI JABODETABEK

**Karisma Amirahfatin**  
Universitas Esa Unggul  
*karismamirah@gmail.com*

**Tantri Yanuar Rahmat Syah**  
Universitas Esa Unggul  
*tantri.yanuar@esaunggul.ac.id*

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi hubungan antara *abusive customer behaviour*, kepuasan kerja, *psychological wellbeing*, dan *turnover intention* pada karyawan retail di beberapa mall di wilayah Jabodetabek, Indonesia. Pengumpulan data dilakukan secara daring dengan menggunakan skala Likert. Populasi pada penelitian ini adalah karyawan frontline (*Sales/SPG, Cashier, dan Customer Service*) yang bekerja pada toko retail di daerah Jabodetabek, dengan total responden sebanyak 126 orang. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan analisis SEM Lisrel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *abusive customer behaviour* memiliki pengaruh negatif terhadap kepuasan kerja karyawan. Selanjutnya, kepuasan kerja memiliki pengaruh negatif terhadap *turnover intention*. Namun, *abusive customer behaviour* tidak memiliki pengaruh positif terhadap *turnover intention*. Selain itu, ditemukan bahwa kepuasan kerja memiliki pengaruh positif terhadap *psychological wellbeing*. Namun, *psychological wellbeing* tidak memiliki pengaruh negatif terhadap *turnover intention*. Dalam konteks industri retail, penelitian ini menekankan pentingnya meningkatkan kepuasan kerja karyawan untuk mengurangi *turnover intention*. Penelitian ini memberikan kontribusi dalam pemahaman tentang *abusive customer behaviour*, kepuasan kerja, *psychological wellbeing*, dan *turnover intention* dalam konteks industri retail di Indonesia. Implikasi praktis dari penelitian ini adalah pentingnya perusahaan retail untuk memperhatikan perlindungan dan dukungan terhadap karyawan dalam menghadapi perilaku buruk pelanggan. Penelitian selanjutnya dapat memperluas cakupan variabel dan sampel yang lebih luas untuk memperdalam pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi *turnover intention* pada sektor retail di Indonesia.

**Kata Kunci:** *abusive customer behaviour*, kepuasan kerja, *psychological wellbeing*, *turnover intention*

### PENDAHULUAN

*Abusive customer behaviour* dapat menjadi ancaman besar bagi berlangsungnya bisnis, terutama bagi perusahaan yang memiliki frekuensi interaksi antara karyawan dan konsumen yang tinggi (Bamfo *et al.*, 2018). Perusahaan yang berorientasi pada pelayanan, seringkali memberikan pelatihan dan perkembangan kepada karyawan dengan filosofi dasar “konsumen selalu benar” atau “konsumen adalah raja” dan karyawan harus “memberikan pelayanan dengan senyuman” (Han *et al.*, 2016). Menurut penelitian yang dilakukan oleh Bi *et al.* (2021), hampir seluruh karyawan yang bekerja di industri perhotelan dan restoran diharuskan untuk berinteraksi langsung dengan konsumen, dan tidak jarang dari mereka mengalami perilaku *abusive customer* dari konsumen, termasuk kekerasan fisik. Sebanyak 38% dari karyawan tersebut membutuhkan bantuan profesional dalam mengatasi dampak dari pengalaman tersebut. Intensitas *abusive customer behaviour* yang dirasakan oleh karyawan dapat meningkatkan *job stress* dan menurunkan tingkat kepuasan karyawan (Bi *et al.*, 2021).

Bamfo *et al.* (2018) turut mengungkapkan adanya peranan negatif *abusive customer behaviour* terhadap peningkatan kepuasan kerja pada karyawan dalam industri perbankan. Bukan hanya di industri tersebut, sebelumnya Han *et al.* (2016) telah menjelaskan jika *abusive customer behaviour* juga sering terjadi pada industri retail yang tidak jarang menimbulkan persepsi dan dampak negatif bagi para pekerjanya. Tingginya tingkat perilaku tidak menyenangkan *customer* yang selalu diterima karyawan, dapat meningkatkan angka karyawan yang memiliki niat untuk berhenti atau mencari pekerjaan di tempat lain (Kim *et al.*, 2018). Temuan ini telah didukung oleh penelitian lebih lanjut yang menunjukkan bahwa *abusive customer behaviour* memiliki peran dalam meningkatkan *turnover intention* (Al-Ali *et al.*, 2019; Nemteanu & Dabija, 2020).

*Turnover intention* memiliki dampak negatif bagi perusahaan ataupun organisasi (Bamfo *et al.*, 2018). Atas dasar inilah penting bagi sebuah perusahaan untuk memperhatikan psikologis karyawan mereka, agar dapat meminimalisir angka *turnover intention*. Menurut Al-Ali *et al.* (2019), *turnover intention* dapat ditekan dengan tingginya kepuasan kerja dan *psychological wellbeing*. Mendukung studi tersebut, Ahmed & Malik (2019) mengungkapkan bahwa pandangan dan perasaan positif karyawan pada pekerjaannya akan mendorong mereka untuk terus berusaha memberikan apresiasi serta kontribusi terbaik pada pekerjaannya, sehingga *turnover intention* menjadi lebih rendah (Yuniasanti *et al.*, 2019).

Perilaku negatif *customer* terhadap karyawan seperti *abusive customer behaviour*, hingga saat ini masih menjadi hal menarik untuk dibahas. Selain Bamfo *et al.* (2018) yang membahas mengenai keterkaitan *abusive customer behaviour* terhadap penurunan kepuasan kerja dan peningkatan *turnover intention*, beberapa peneliti lain turut menggali dampak buruk dari *abusive customer behaviour* terhadap karyawan, tapi menggunakan istilah yang berbeda seperti dalam penelitian Cho *et al.* (2016), *customer incivility* terhadap *emotional exhaustion*, *perceived service performance*, *perceived organizational support*, dan *emotion regulation ability*, kemudian studi Rummelhagen & Benkenstein (2017), *customer misbehaviour* terhadap *psychological discomfort*, *anger*, dan *expectations*, selanjutnya penelitian Cai *et al.* (2018), *disruptive customer behaviors* terhadap *relevance* dan *congruence*, serta pada peneliti Bi *et al.* (2021), *jay-customer behaviors* terhadap *job stress* dan *kepuasan kerja*. Namun demikian, masih jarang peneliti yang membahas mengenai *abusive customer behaviour* terhadap kepuasan kerja, *psychological wellbeing*, dan *turnover intention* karyawan retail khususnya pada bagian *frontline* di Indonesia.

Berdasarkan penjelasan ini, penulis bermaksud untuk menelusuri dampak *abusive customer behaviour* pada tingkat kepuasan kerja dan *turnover intention*, serta menjadikan *psychological wellbeing* sebagai variabel positif yang juga dapat mengurangi *turnover intention*. *Psychological wellbeing* merupakan keadaan psikologis positif individu mengenai persepsi mereka terhadap kehidupannya (Ahmed & Malik, 2019). Atas dasar pernyataan tersebut, maka tujuan penelitian yang ingin kami capai adalah untuk mengetahui pengaruh *abusive customer behaviour* terhadap kepuasan kerja dan *turnover intention*, pengaruh kepuasan kerja terhadap *psychological wellbeing* dan *turnover intention*, serta pengaruh *psychological wellbeing* terhadap *turnover intention* pada karyawan retail khususnya pada bagian *frontline* di beberapa mall Indonesia yang tersebar di wilayah Jabodetabek.

### ***Abusive customer Behaviour (ACB)***

Bamfo *et al.* (2018) mengartikan *abusive customer behaviour* sebagai serangkaian perilaku yang melanggar norma-norma umum. Beberapa teori lainnya menjelaskan bahwa *abusive customer behaviour* memiliki berbagai istilah lain seperti *disruptive customer behaviors* (Cai *et al.*, 2018), *dysfunctional customer behaviour* (Kim *et al.*, 2018), *customer misbehaviour* (Rummelhagen & Benkenstein, 2017), *deviant customer behavior* (Reynolds & Harris, 2006), *customer incivility* (Han *et al.*, 2016; Cho *et al.*, 2016; Chung *et al.*, 2021) dan *jay-customer behavior* (Fong *et al.*, 2017).

*Abusive customer behaviour* sudah menjadi suatu hal yang tidak asing bagi karyawan retail, namun apabila *abusive customer behaviour* terjadi secara terus menerus, kemungkinan akan berdampak negatif baik kepada karyawan maupun perusahaan (Han *et al.*, 2016). Bamfo *et al.* (2018) mengungkapkan salah satu pemicu timbulnya *abusive customer behaviour* adalah kelalaian karyawan dalam melakukan pelayanan. Secara spesifik, ada tiga jenis *abusive customer behaviour* yang sering di alami oleh karyawan seperti kekerasan verbal, kekerasan fisik, dan pelecehan seksual (Bi *et al.*, 2021).

### **Kepuasan Kerja (KP)**

Ratina *et al.* (2020) mendeskripsikan kepuasan kerja sebagai suatu keadaan positif karyawan secara efektif yang dihasilkan dari pengalaman kerja yang menyenangkan. Kepuasan kerja karyawan bergantung pada penilaian mereka terhadap perlakuan yang adil dan tepat dalam organisasi (Abdallah *et al.*, 2017). Sejalan dengan pendapat tersebut, Fahlevi *et al.* (2019) turut mengungkap jika kepuasan kerja dapat dikaitkan dengan perilaku karyawan terhadap organisasi atau tempat bekerjanya. Pendapat lainnya menjelaskan kepuasan kerja sebagai mencerminkan keadaan emosional yang menyenangkan yang dibawa oleh pekerjaan atau pengalaman kerja seorang karyawan (Bi *et al.*, 2021). Kepuasan kerja

sangat penting diperhatikan oleh setiap organisasi karena ketika karyawan telah mencapai kepuasannya baik secara psikologis ataupun kehidupan sosial, maka secara otomatis karyawan tersebut akan meningkatkan efisiensi kerja dan profitabilitasnya bagi organisasi (Aksoy *et al.*, 2018). Alshammari *et al.* (2016) turut menjelaskan bahwa karyawan yang puas dengan pekerjaannya serta memiliki masa kerja yang panjang, maka kemungkinan keinginan mereka untuk berhenti cenderung lebih rendah. Tingkat kebahagiaan dan kepuasan kerja menandakan tingkat *return* perusahaan yang tinggi (Al-Ali *et al.*, 2019). Sebaliknya, perasaan negatif karyawan terhadap pekerjaannya akan berakhir pada ketidakpuasan kerja (Nemteanu & Dabija, 2020).

### **Psychological Wellbeing (PW)**

*Psychological wellbeing* atau *happiness* di dalam pekerjaan adalah suatu perasaan bangga yang dimiliki oleh karyawan, yang berdampak pada peningkatan kinerja dalam perusahaan (Al-Ali *et al.*, 2019). Naeem & Khurram (2020) mendefinisikan *psychological wellbeing* sebagai sebuah efektifitas fungsi psikologis yang membantu menentukan tingkat kenyamanan perasaan individu (senang atau sedih) yang berdampak pada berbagai perilaku yang dimunculkan oleh individu tersebut. *Psychological wellbeing* dapat dicapai oleh individu jika memiliki persepsi positif seperti pencapaian, kepemilikan lebih tinggi dibandingkan persepsi negatif seperti ketidakpuasan, rasa khawatir dan stress dalam individu (Ahmed & Malik, 2019). Lee (2019) menyatakan bahwa *psychological wellbeing* memiliki dua aspek yaitu *eduaimonic wellbeing* yang mengacu pada aspek tujuan dari *psychological wellbeing* dan *hedonic wellbeing* yang merujuk aspek subjektif seperti perasaan senang, *subjective wellbeing*, dan perasaan positif.

### **Turnover intention (TI)**

*Turnover intention* merupakan motivasi yang dimiliki karyawan untuk meninggalkan suatu perusahaan atau organisasi yang dilakukan secara sadar dan sukarela (Bamfo *et al.*, 2018). Huang & Lin (2019) turut menjelaskan *turnover intention* sebagai suatu tindakan akhir yang diambil individu dalam menentukan kelanjutan karirnya pada suatu organisasi. Sedangkan Bazawi *et al.* (2019) menganggap *turnover intention* sebagai niat atau usaha seseorang untuk mengakhiri pekerjaannya pada waktu tertentu. *Turnover intention* termasuk salah satu variabel psikologis yang berkaitan dengan kecenderungan karyawan untuk meninggalkan pekerjaannya secara sadar (Prastio *et al.*, 2020). Selanjutnya, Rawashdeh & Tamimi (2020) mengartikan *turnover intention* sebagai niat individu yang memutuskan untuk berhenti atau mencari pekerjaan lain di luar organisasinya saat ini. *Turnover intention* dapat dipicu oleh persepsi negatif individu terhadap organisasi (Thomas *et al.*, 2020). *Turnover intention* yang terjadi pada karyawan termasuk dalam salah satu hal penting yang harus diperhatikan, karena memiliki dampak negatif bagi suatu organisasi ataupun perusahaan (Rubel *et al.*, 2020; Soelton *et al.*, 2021).

### **Hubungan Abusive customer Behaviour (ACB) dan Kepuasan Kerja (KK)**

Bi *et al.* (2021) menemukan adanya hubungan negatif antara *abusive customer behaviour* dan kepuasan kerja pada industry restoran, dimana tingginya tingkat *abusive customer behaviour* yang diterima karyawan berdampak pada rendahnya kepuasan kerja mereka. Hasil penelitian selanjutnya juga membuktikan bahwa *abusive customer behaviour* memiliki pengaruh negatif pada kepuasan kerja dalam industri perbankan (Bamfo *et al.*, 2018). Kedua penelitian sebelumnya memiliki kesamaan yaitu mengkaji kondisi industri yang memiliki intensitas bertemu dengan konsumen yang tinggi, selain itu terdapat kesamaan dengan objek yang diteliti, yaitu karyawan *frontline*. Berdasarkan penjelasan tersebut maka hipotesis yang akan dibangun adalah:

H1: *Abusive customer behaviour* (ACB) berpengaruh negatif terhadap kepuasan kerja (KK)

### **Hubungan Kepuasan Kerja (KK) dan Turnover intention (TI)**

*Turnover intention* akan nampak jelas saat karyawan sudah tidak menganggap pekerjaannya dapat memenuhi ekspektasi, kebutuhan, dan keinginan mereka (Nemteanu & Dabija, 2020). Sebaliknya, karyawan yang merasa pekerjaan mereka telah sesuai dengan tujuan karir serta memiliki kenyamanan terhadap perusahaan tempat bekerja, maka akan cenderung kecil kemungkinannya mereka ingin berhenti dari pekerjaan tersebut (Bamfo *et al.*, 2018). Hasil studi Nemteanu & Dabija (2020) mengidentifikasi bahwa karyawan yang merasa puas dengan pekerjaan saat ini, tingkat keinginannya untuk berhenti dari perusahaan akan sangat minim. Berbagai studi lainnya turut

menemukan adanya hubungan negatif antara kepuasan kerja dan *turnover intention* (e.g., Maulana & Syah, 2016; Al-Ali *et al.*, 2019; Bamfo *et al.*, 2018; Nemteanu & Dabija, 2020). Berdasarkan pemaparan tersebut maka hipotesis yang kami ajukan adalah:

H2: Kepuasan kerja (KK) berpengaruh negatif terhadap *turnover intention* (TI)

### Hubungan *Abusive customer Behaviour* (ACB) dan *Turnover intention* (TI)

*Abusive customer behaviour* dapat memberikan efek negatif pada keadaan emosional karyawan (Bi *et al.*, 2021). Perasaan negatif karyawan yang ditimbulkan dari *abusive customer behaviour* dapat menjadi penyebab terbentuknya *turnover intention* pada karyawan tersebut (Chung *et al.*, 2021). Li & Zhou (2013) mengungkapkan sikap *abusive customer behaviour* dapat berupa *customer verbal aggression* yang mempengaruhi *turnover intention* secara signifikan. Hasil serupa juga dibuktikan oleh Gong *et al.* (2018); Bamfo *et al.* (2018); Chung *et al.* (2021) jika *abusive customer behaviour* dapat memperparah tingkat *turnover intention*. Tekanan dari *customer* yang dipandang sebagai isu negatif oleh karyawan, akan memicu timbulnya keinginan mereka untuk segera berhenti dari pekerjaannya (Bamfo *et al.*, 2018). Berdasarkan penjelasan tersebut maka hipotesis yang akan dibangun adalah:

H3: *Abusive customer Behaviour* berpengaruh positif terhadap *turnover intention* (TI)

### Hubungan Kepuasan Kerja (KK) dan *Psychological Wellbeing* (PW)

Kepuasan kerja merupakan suatu cara karyawan dalam mengekspresikan perasaannya terhadap hal-hal yang berhubungan dengan pekerjaan (Al-Ali *et al.*, 2019). Al-Ali *et al.* (2019) menjelaskan bahwa kepuasan kerja berhubungan dengan *happiness* karena dapat memberikan rasa *psychological* dan mental *satisfaction* pada karyawan. Peneliti lainnya mengatakan jika *psychological wellbeing* akan mudah untuk dicapai, apabila seorang individu memiliki persepsi positif terhadap pekerjaannya (Ahmed & Malik, 2019). Sebelumnya, Isgor & Haspolat (2016) telah membuktikan jika adanya hubungan positif antara kepuasan kerja dan *psychological wellbeing* pada tenaga pengajar, tenaga kesehatan, tenaga kepolisian, dan *engineers*. Park *et al.* (2021) turut mengungkapkan bahwa persepsi positif karyawan terhadap pekerjaannya dapat meningkatkan *psychological wellbeing*. Berdasarkan penjelasan tersebut maka hipotesis yang akan kami ajukan adalah:

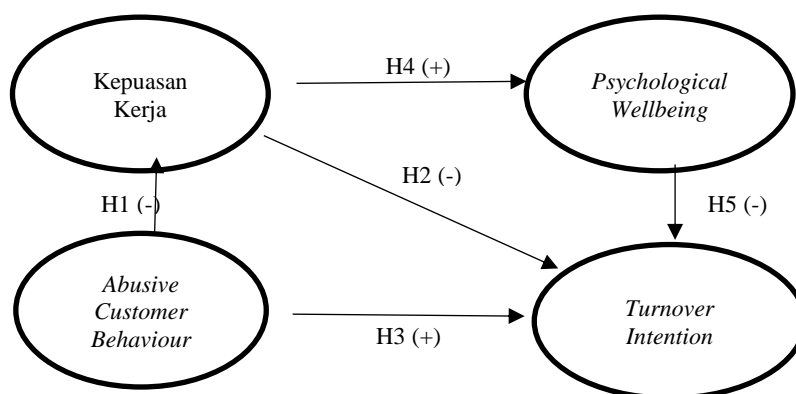
H4: Kepuasan kerja (KK) berpengaruh positif terhadap *psychological wellbeing* (PW)

### Hubungan *Psychological Wellbeing* (PW) dan *Turnover intention* (TI)

Studi sebelumnya mengungkapkan adanya korelasi antara *psychological wellbeing* dengan rendahnya *turnover intention* yang disebabkan oleh rasa diperlakukan adil dan dihargai oleh perusahaan sebagai karyawannya (Al-Ali *et al.*, 2019). Sebaliknya, karyawan yang memiliki perasaan negatif terhadap perusahaan, akan cenderung tidak berkomitmen dan aktif mencari kesempatan di tempat lain (Naeem & Khurram, 2020). Hasil studi Yuniasanti *et al.* (2019) membuktikan jika *psychological wellbeing* dapat menurunkan tingkat *turnover intention* pada tenaga pengajar privat di Universitas swasta. Berdasarkan pemaparan tersebut maka hipotesis penelitian ini adalah:

H5: *Psychological wellbeing* (PW) berpengaruh negatif terhadap *turnover intention* (TI)

Berdasarkan pengembangan hipotesis diatas, maka model penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Model Penelitian

## METODE

Pengumpulan data dengan menggunakan metode survey, yaitu dengan menyebarkan kuesioner secara *online* dan pengukuran dilakukan dengan menggunakan skala *Likert* dengan skala 1-4 (1 = sangat tidak setuju dan 4 = sangat setuju). Pada variabel *abusive customer behaviour* (ACB) menggunakan teori Cho *et al.* (2016) sebanyak 6 pernyataan. Sedangkan untuk mengukur variabel *turnover intention* (TI) menggunakan teori dari Bamfo *et al.* (2018) sebanyak 4 pernyataan. Lebih lanjut, untuk mengukur variabel kepuasan kerja (KK) menggunakan teori dari Kim *et al.* (2019) sebanyak 5 pernyataan. Terakhir, pada variabel *psychological wellbeing* (PW) menggunakan teori dari Lee (2019) sebanyak 6 pernyataan. Jadi, total pernyataan keseluruhan sebanyak 21 butir, yang dapat dilihat pada lampiran 2 dan 3.

Populasi pada penelitian ini adalah karyawan yang bekerja pada toko retail di daerah Jabodetabek. Karakter penelitian adalah karyawan *frontline* (*Sales/SPG, Cashier, dan Customer Service*) yang bekerja di toko dan bertugas untuk berinteraksi langsung dengan konsumen. Selain itu, karyawan yang sudah bekerja minimal selama 1 tahun. Pengumpulan data akan dilaksanakan pada bulan Maret hingga April 2023. Untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini, kami membagikan kuisisioner langsung pada karyawan *frontline* di beberapa toko *retail* yang tersebar di wilayah Jabodetabek. Untuk melihat selengkapnya, ada pada lampiran 3.

Kami menggunakan *google form* sebagai sarana untuk menyebar kuisisioner yang telah disusun sebelumnya. Kami menggunakan *Structural Equation Model* (SEM) Lisrel untuk mengolah serta menganalisis data dalam penelitian ini. Sedangkan, pada uji validitas dan reliabilitas kuisisioner, kami menggunakan analisis faktor SPSS dengan melihat nilai yang tertera dalam Kaiser Meyer-Olkin (KMO), *Measure of Sampling Adequacy* (MSA), nilai Cronbach's Alpha dengan batas minimum sebesar 0,5 (Hair *et al.*, 2018). Sebagian besar pernyataan yang digunakan untuk mengukur validitas dan reliabilitas variabel dalam penelitian ini dinyatakan valid, kecuali pernyataan ACB5 dan ACB6 pada variabel *abusive customer behaviour*, TI4 pada *turnover intention*, serta PW6 pada variabel *psychological wellbeing*. Jadi, total pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 17 butir. Selanjutnya, penulis menggunakan *Structural Equation Model* (SEM) Lisrel untuk mengolah serta menganalisis data dalam penelitian ini. Berdasarkan ketentuan analisis SEM Lisrel, maka minimal jumlah responden yang dibutuhkan adalah 5 kali dari jumlah pertanyaan kuisisioner (Hair *et al.*, 2018) yaitu (17x5) 85 orang.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

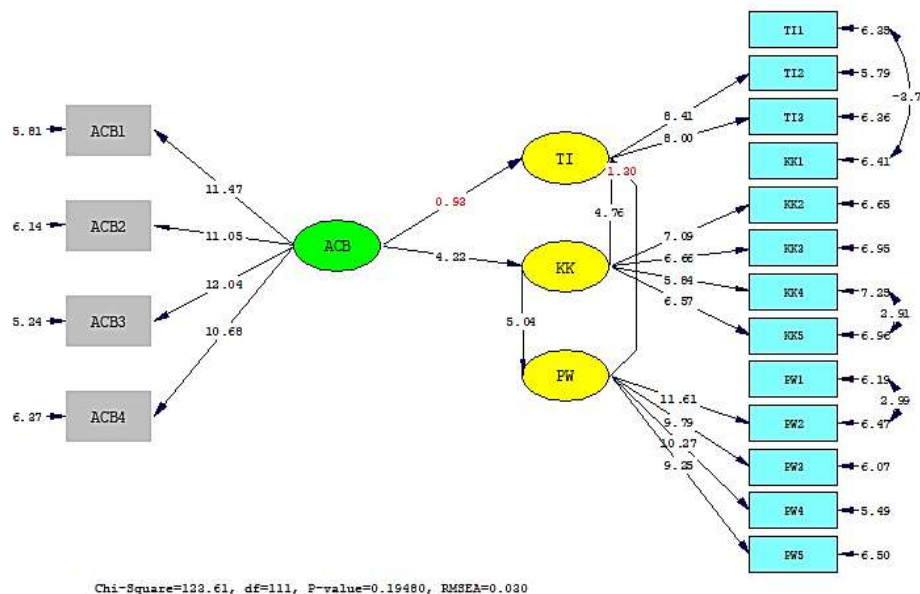
Dari hasil penyebaran kuisisioner yang dilakukan secara *online* melalui *google form* telah diperoleh sebanyak 126 responden yang sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan. Terdapat 15% jumlah responden laki-laki dan 85% perempuan. Selanjutnya, berdasarkan unit kerjanya, mayoritas responden bekerja sebagai *customer service* sebanyak 61%, sedangkan sisanya sebanyak 30% ada pada kasir, dan 9% ada pada *sales/SPG*. Selain itu, berdasarkan lama bekerja, mayoritas responden bekerja lebih dari satu tahun, yaitu sebanyak 85%. Untuk melihat data demografi responden selengkapnya ada pada lampiran 4.

Hasil uji validitas kontruk pada penelitian ini menunjukkan bahwa semua indikator pada setiap variabel dinyatakan dapat diterima dan valid karena memiliki nilai *loading factor* diatas 0,50. Selanjutnya, hasil uji reliabilitas dengan batasan minimal nilai *construct reliability* 0,50 dan nilai *variance extracted* 0,50 (Hair *et al.*, 2018). Nilai *construct reliability* pada *abusive customer behaviour* (ACB) 0,91, *turnover intention* (TI) 0,81, kepuasan kerja (KK) 0,80, dan *psychological wellbeing* (PW) 0,90. Nilai *variance extracted* pada *abusive customer behaviour* (ACB) 0,71, *turnover intention* (TI) 0,59, kepuasan kerja (KK) 0,44, dan *psychological wellbeing* (PW) 0,64.

Selanjutnya analisis uji struktural dengan melihat nilai  $R^2$  yang ada pada tiap persamaan, maka diperoleh hasil sebagai berikut: hasil pertama, variabel *turnover intention* (TI) dipengaruhi oleh kepuasan kerja (KK), *psychological wellbeing* (PW), dan *abusive customer behaviour* (ACB) dengan

nilai  $R^2$  adalah 0,81. Maka, dapat diartikan bahwa 81% dari variabel *turnover intention* (TI) dapat dijelaskan oleh variabel kepuasan kerja (KK), *psychological wellbeing* (PW), dan *abusive customer behaviour* (ACB), sisanya 19% dipengaruhi variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini. Hasil kedua, variabel kepuasan kerja (KK) dipengaruhi oleh *abusive customer behaviour* (ACB) dengan nilai  $R^2$  adalah 0,20. Maka, dapat diartikan bahwa 20% dari variabel kepuasan kerja (KK) dapat dijelaskan oleh variabel *abusive customer behaviour* (ACB), sisanya 80% dipengaruhi variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini. Hasil ketiga, variabel *psychological wellbeing* (PW), dipengaruhi oleh kepuasan kerja (KK) dengan nilai  $R^2$  adalah 0,32. Maka, dapat diartikan bahwa 32% dari variabel *psychological wellbeing* (PW), dapat dijelaskan oleh variabel kepuasan kerja (KK), sisanya sebanyak 68% dipengaruhi variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini.

Pada uji kesesuaian model, hasil Analisa menunjukkan masih terdapat beberapa item yang tingkat kecocokannya *good fit* pada *Chi Square*, *ECVI*, *AIC* dan *CAIC*, *critical N*, serta *Fit Index*. Berdasarkan hasil analisa tersebut dapat diketahui bahwa adanya kecocokan diantara keseluruhan model penelitian meskipun beberapa diantaranya berada pada tingkat kecocokan *marginal fit* yaitu *RMSEA*, *critical N*, dan *Goodness of fit*. Untuk melihat data selengkapnya ada pada lampiran 6. Berikut ini merupakan hasil penelitian yang digambarkan dalam diagram *T-Value*:



Keterangan: *Abusive customer Behaviour* (ACB), *Turnover intention* (TI), *Kepuasan Kerja* (KK), dan *Psychological Wellbeing* (PW)

**Gambar 2.** Path Diagram T-Value

Hasil pengujian hipotesis yang diperoleh dalam model penelitian ini dapat dijelaskan pada tabel 1. Pengujian Hipotesis sebagai berikut:

**Tabel 1.** Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Pernyataan hipotesis	Nilai T-Value	Keterangan
H <sub>1</sub>	<i>Abusive customer behaviour</i> (ACB) berpengaruh negatif terhadap kepuasan kerja (KK)	4,22	Data mendukung
H <sub>2</sub>	Kepuasan kerja (KK) berpengaruh negatif terhadap <i>turnover intention</i> (TI)	4,76	Data mendukung
H <sub>3</sub>	<i>Abusive customer Behaviour</i> berpengaruh positif terhadap <i>turnover intention</i> (TI)	0,93	Data tidak mendukung
H <sub>4</sub>	Kepuasan kerja (KK) berpengaruh positif terhadap <i>psychological wellbeing</i> (PW)	5,04	Data mendukung
H <sub>5</sub>	<i>Psychological wellbeing</i> (PW) berpengaruh negatif terhadap <i>turnover intention</i> (TI)	1,30	Data tidak mendukung

Sumber: hasil olah data SEM Lisrel

Berdasarkan tabel diatas, terdapat dua hipotesis yang memiliki nilai *T-Value* dibawah 1,96, atau dapat dikatakan hipotesis tersebut tidak diterima. Hasil selengkapnya mengenai data analisa SEM dalam penelitian ini dapat dilihat pada lampiran 6.

### **Pembahasan**

Hasil pertama secara konsisten menunjukkan bahwa perilaku buruk dari customer, yang dikenal sebagai *abusive customer behaviour* (ACB), memiliki pengaruh negatif terhadap kepuasan kerja (KK) karyawan. Temuan ini mengungkapkan bahwa ketika karyawan mengalami perlakuan buruk, seperti merendahkan, mereka cenderung merasa tidak puas dengan pekerjaan yang mereka lakukan. Perlakuan buruk tersebut dapat berdampak pada motivasi dan semangat kerja karyawan, yang pada gilirannya mengurangi tingkat kepuasan mereka terhadap pekerjaan. Hasil penelitian ini mendukung penemuan sebelumnya yang menunjukkan adanya hubungan negatif antara *abusive customer behaviour* dan kepuasan kerja (e.g., Bamfo *et al.*, 2018; Bi *et al.*, 2021). Hal ini menunjukkan bahwa perlakuan merendahkan dari *customer* memiliki konsekuensi yang merugikan bagi karyawan, mempengaruhi persepsi mereka terhadap pekerjaan dan kepuasan yang mereka peroleh darinya.

Hasil kedua ini menunjukkan bahwa kepuasan kerja (KK) memiliki pengaruh negatif terhadap *turnover intention* (TI), yaitu niat untuk berpindah kerja. Responden dalam penelitian ini menunjukkan bahwa mereka yang merasa senang dan puas dalam pekerjaan mereka cenderung tidak memiliki keinginan untuk membangun karir di perusahaan lain. Temuan ini konsisten dengan hasil studi sebelumnya yang dilakukan oleh Maulana & Syah (2016); Al-Ali *et al.* (2019); Bamfo *et al.* (2018); Nemteanu & Dabija (2020). Studi-studi sebelumnya tersebut telah mendukung hubungan negatif antara kepuasan kerja dan niat untuk berpindah kerja. Hal ini menunjukkan bahwa ketika karyawan merasa puas dan senang dengan pekerjaan mereka, mereka cenderung lebih berkomitmen untuk tetap tinggal dalam perusahaan tersebut.

Hasil penelitian ketiga ini menunjukkan bahwa *abusive customer behaviour* (ACB) tidak memiliki pengaruh positif terhadap *turnover intention* (TI). Temuan ini berbeda dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Gong *et al.* (2018); Bamfo *et al.* (2018); Chung *et al.* (2021) yang menemukan bahwa *abusive customer behaviour* dapat meningkatkan tingkat *turnover intention*. Responden dalam penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun mereka mengalami sikap buruk dari *customer* seperti memberi komentar negatif, merendahkan, mencacimaki, tidak sabaran, dan meragukan kemampuan kerja karyawan, hal tersebut tidak secara langsung mendorong mereka untuk memiliki niat berpindah kerja. Sebaliknya, sebagian besar responden dalam penelitian ini masih merasakan kesenangan dan kepuasan dalam pekerjaan yang mereka jalani saat ini, sehingga mereka belum begitu mempertimbangkan untuk berhenti atau pindah ke perusahaan lain.

Penemuan ini menunjukkan adanya dinamika kompleks dalam pengaruh *abusive customer behaviour* terhadap *turnover intention* karyawan. Meskipun *abusive customer behaviour* dapat menciptakan situasi yang tidak menyenangkan dan menimbulkan tekanan emosional, faktor-faktor lain, seperti kepuasan dan kesenangan dalam pekerjaan, tampaknya memberikan lapisan perlindungan yang mempengaruhi niat karyawan untuk bertahan. Karyawan yang merasa puas dan senang dengan pekerjaan mereka dapat mengembangkan koping yang efektif dalam menghadapi *abusive customer behaviour*. Mereka mungkin memiliki strategi penanganan yang lebih adaptif dan sumber daya psikologis yang membantu mereka mengurangi dampak negatif dari perilaku buruk tersebut. Selain itu, faktor-faktor seperti *perceived supervisor support*, *perceived co-worker support*, *perceived organizational support*, dan *career adaptability* yang baik juga dapat mempengaruhi persepsi karyawan terhadap kualitas pekerjaan dan memberikan motivasi tambahan untuk tetap bertahan (Ghosh *et al.*, 2019; Al-Ghazali, 2020; Rasheed *et al.*, 2020).

Hasil keempat menunjukkan bahwa kepuasan kerja (KK) memiliki pengaruh positif terhadap *psychological wellbeing* (PW). Temuan dalam penelitian ini mengindikasikan bahwa karyawan yang merasa puas dengan pekerjaannya cenderung memiliki kesejahteraan psikologis yang lebih baik. Mereka cenderung merasa senang dan memiliki kepuasan dalam memberikan bantuan kepada rekan kerja mereka. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Isgor & Haspolat (2016) dan Park *et al.* (2021), yang juga menemukan adanya hubungan positif antara kepuasan kerja

dan *psychological wellbeing*. Dalam konteks ini, kepuasan kerja menjadi faktor penting dalam mendukung kesejahteraan psikologis karyawan. Ketika karyawan merasa puas dengan pekerjaan mereka, mereka cenderung memiliki tingkat kepuasan dan kebahagiaan yang lebih tinggi. Hal ini dapat mempengaruhi *psychological wellbeing* mereka, termasuk aspek-aspek seperti kepuasan hidup, kepercayaan diri, dan motivasi.

Hasil kelima membuktikan bahwa *psychological wellbeing* (PW) tidak memiliki pengaruh negatif terhadap *turnover intention* (TI). Temuan ini berbeda dengan hasil penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa *psychological wellbeing* dapat mengurangi tingkat *turnover intention* (e.g., Al-Ali *et al.*, 2019; Yuniasanti *et al.*, 2019). Studi ini menunjukkan bahwa responden yang merasa bahagia dalam membantu rekan kerja dan memiliki pandangan positif terhadap perkembangan pribadi mereka, tidak secara otomatis akan memiliki keinginan untuk berhenti atau membangun karir di perusahaan lain. Dalam konteks ini, keberadaan faktor-faktor lain seperti kepuasan kerja turut berperan penting dalam mengurangi atau menghalangi niat seseorang untuk berhenti dari pekerjaan mereka saat ini. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, mayoritas responden dalam penelitian ini menyatakan bahwa mereka merasa puas dengan pekerjaan yang mereka miliki saat ini. Hal ini terbukti menjadi faktor yang efektif dalam mengatasi keinginan mereka untuk berhenti atau pindah ke perusahaan lain (Bamfo *et al.*, 2018; Al-Ali *et al.*, 2019; Nemteanu & Dabija (2020).

Park *et al.* (2021) mengungkapkan bahwa kepuasan kerja karyawan menjadi penting dalam menciptakan lingkungan kerja yang mendukung dan mempromosikan kesejahteraan psikologis. Upaya untuk meningkatkan kepuasan kerja dapat mencakup aspek-aspek seperti memberikan penghargaan dan pengakuan yang layak, memberikan kesempatan pengembangan karir, menciptakan iklim kerja yang positif, dan memastikan keseimbangan antara tuntutan pekerjaan dan kehidupan pribadi. Dengan memberikan perhatian yang tepat pada faktor-faktor ini, perusahaan dapat mengurangi niat karyawan untuk berpindah kerja. Dalam konteks ini, strategi pengelolaan sumber daya manusia yang efektif harus memperhatikan faktor-faktor tersebut untuk memastikan kepuasan karyawan yang tinggi dan retensi yang baik, yang pada akhirnya dapat berkontribusi pada keberhasilan jangka panjang perusahaan.

## PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, dapat diambil beberapa kesimpulan terkait dengan hubungan antara *abusive customer behaviour*, kepuasan kerja, *psychological wellbeing*, dan *turnover intention*. Pertama, ditemukan bahwa *abusive customer behaviour* memiliki pengaruh negatif terhadap kepuasan kerja karyawan. Kedua, kepuasan kerja memiliki pengaruh negatif terhadap *turnover intention*. Ketiga, *abusive customer behaviour* tidak berpengaruh positif terhadap *turnover intention*. Keempat, kepuasan kerja memiliki pengaruh positif terhadap *psychological wellbeing*. Kelima, *psychological wellbeing* tidak memiliki pengaruh negatif terhadap *turnover intention*. Secara keseluruhan, penelitian ini menyoroti pentingnya kepuasan kerja dalam mempengaruhi *turnover intention*, sementara *abusive customer behaviour* dan *psychological wellbeing* tidak memiliki pengaruh terhadap *turnover intention* dalam konteks ini.

Penulis menyadari jika masih terdapat keterbatasan dalam penelitian ini yang dapat diperbaiki pada penelitian selanjutnya. Pertama, penelitian ini dilakukan pada sampel tertentu dengan karakteristik yang mungkin tidak mewakili populasi secara keseluruhan. Oleh karena itu, generalisasi temuan penelitian ini perlu dilakukan dengan hati-hati dan diperluas ke berbagai industri atau konteks kerja. Kedua, penggunaan data *self-report* yaitu data yang diperoleh melalui survei dengan mengandalkan tanggapan subjektif dari responden. Ketergantungan pada data *self-report* dapat mempengaruhi validitas hasil, karena adanya bias atau kesalahan dalam pengungkapan pengalaman dan persepsi responden. Penelitian selanjutnya, disarankan untuk mempertimbangkan penggunaan metode pengumpulan data yang beragam, seperti observasi langsung atau wawancara, untuk melengkapi data *self-report*. Hal ini dapat memberikan pemahaman yang lebih holistik dan mendalam tentang pengalaman karyawan dalam menghadapi *abusive customer behaviour* dan dampaknya terhadap kepuasan kerja, *psychological wellbeing*, dan *turnover intention*.



Penelitian ini memiliki beberapa implikasi yang penting. Pertama, penanganan *abusive customer behaviour* menjadi aspek yang sangat penting bagi perusahaan. Perusahaan harus memberikan pelatihan kepada karyawan dalam menghadapi dan mengelola situasi yang melibatkan perilaku buruk dari pelanggan. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan kerja karyawan karena mereka merasa didukung dalam menghadapi perlakuan buruk dari pelanggan. Kedua, pentingnya meningkatkan kepuasan kerja karyawan. Penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan kerja memiliki pengaruh negatif terhadap *turnover intention*. Oleh karena itu, perusahaan perlu memperhatikan faktor-faktor yang dapat meningkatkan kepuasan kerja karyawan, seperti pengembangan karir, pengakuan atas prestasi, dan lingkungan kerja yang mendukung. Dengan demikian, perusahaan dapat mengurangi niat karyawan untuk berpindah kerja dan mempertahankan karyawan yang berkinerja tinggi.

Selain itu, kepuasan kerja juga berperan penting dalam meningkatkan *psychological wellbeing* karyawan. Penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan kerja memiliki pengaruh positif terhadap *psychological wellbeing*. Oleh karena itu, perusahaan perlu menciptakan lingkungan kerja yang mempromosikan kepuasan kerja. Dengan adanya kepuasan kerja, karyawan akan merasa bahagia, termotivasi, dan memiliki kepuasan hidup yang lebih tinggi. Ini akan berdampak positif pada kesejahteraan psikologis karyawan dan kinerja mereka di tempat kerja. Secara keseluruhan, penelitian ini menggarisbawahi pentingnya penanganan *abusive customer behaviour*, meningkatkan kepuasan kerja, dan mempromosikan *psychological wellbeing* karyawan. Dengan memperhatikan implikasi penelitian ini, perusahaan dapat menciptakan lingkungan kerja yang lebih baik, mengurangi *turnover intention*, dan meningkatkan kesejahteraan karyawan secara keseluruhan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmed, N., & Malik, B. (2019). Impact of Psychological Empowerment on Job Performance of Teachers: Mediating Role of Psychological Well-being. *Review of Economics and Development Studies*, 5(3), 451–461. <https://doi.org/10.26710/reads.v5i3.693>
- Aksoy, C., Şengun, H. İ., & Yilmaz, Y. (2018). Examination of the Relationship Between Job Satisfaction Levels and Organizational Commitments of Tourism Sector Employees: a Research in the Southeastern Anatolia Region of Turkey. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(65), 356–365. <https://doi.org/10.17755/esosder.343032>
- Al-Ali, W., Ameen, A., Isaac, O., Khalifa, G. S. A., & Shibami, A. H. (2019). The mediating effect of job happiness on the relationship between job satisfaction and employee performance and *turnover intentions*: A case study on the oil and gas industry in the United Arab Emirates. *Journal of Business & Retail Management Research*, 13(04), 103–116. <https://doi.org/10.24052/jbrmr/v13is04/art-09>
- Alshammari, M. A., Qaied, B. A. A. L., Al-Mawali, H., & Matalqa, M. (2016). What drives employee's involvement and *turnover intentions*: Empirical investigation of factors influencing employee involvement and *turnover intentions*? *International Review of Management and Marketing*, 6(2), 298–306.
- Bahjat Abdallah, A., Yousef Obeidat, B., Osama Aqqad, N., Khalil Al Janini, M. N., & Dahiyat, S. E. (2017). An Integrated Model of Job Involvement, Job Satisfaction and Organizational Commitment: A Structural Analysis in Jordan's Banking Sector. *Communications and Network*, 09(01), 28–53. <https://doi.org/10.4236/cn.2017.91002>
- Bamfo, B. Ab., Dogbe, C. S. K., & Mingle, H. (2018). *Abusive customer behaviour* and frontline employee *turnover intentions* in the banking industry: The mediating role of employee satisfaction. *Cogent Business and Management*, 5(1), 1–15. <https://doi.org/10.1080/23311975.2018.1522753>
- Bazawi, H., Syah, T. Y. R., Indradewa, R., & Pusaka, S. (2019). the Impact of Charismatic Leadership on *Turnover intentions* and Organizational Citizenship Behaviors Toward Job Satisfaction. *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, 91(7), 302–309. <https://doi.org/10.18551/rjoas.2019-07.35>

- Bi, Y., Choi, S., Yin, J., & Kim, I. (2021). Stress on frontline employees from customer aggression in the restaurant industry: The moderating effect of empowerment. *Sustainability (Switzerland)*, 13(3), 1–15. <https://doi.org/10.3390/su13031433>
- Cai, R. (Raine), Lu, L., & Gursoy, D. (2018). Effect of disruptive customer behaviors on others' overall service experience: An appraisal theory perspective. *Tourism Management*, 69(June), 330–344. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.06.013>
- Cho, M., Bonn, M. A., Han, S. J., & Lee, K. H. (2016). Workplace incivility and its effect upon restaurant frontline service employee emotions and service performance. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28(12), 2888–2912. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-04-2015-0205>
- Chung, H., Quan, W., Koo, B., Ariza-Montes, A., Vega-Muñoz, A., Giorgi, G., & Han, H. (2021). A threat of customer incivility and job stress to hotel employee retention: Do supervisor and co-worker supports reduce turnover rates? *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(12). <https://doi.org/10.3390/ijerph18126616>
- Fahlevi, B., Syah, T. Y. R., & Umar, H. (2019). Competence Contribution In Work Environment And Job Satisfaction Performance over PTSP West Jakarta. *Journal of Multidisciplinary Academic*, 3(4), 108–113. Retrieved from <http://www.kemalapublisher.com/index.php/JoMA/article/view/400>
- Fong, L. H. N., So, A. S. I., & Law, R. (2017). Exploring jaycustomer behavior and handling approach in casinos. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(5), 1403–1425. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-12-2015-0691>
- Gong, Z., Sun, Y., & Zhang, Z. (2018). The Influence of Customer's Verbal Abuse on Turnover intention and Job Burnout of Sales Service Staff—The Moderating Effect of Organizational Atmosphere and Psychological Capital. *Psychology*, 09(10), 2369–2383. <https://doi.org/10.4236/psych.2018.910135>
- Hair, Black, Babin, & Anderson. (2018). Neuromarketing in India: Understanding the Indian consumer. In *Neuromarketing in India: Understanding the Indian Consumer*. <https://doi.org/10.4324/9781351269360>
- Han, S. J., Bonn, M. A., & Cho, M. (2016). The relationship between customer incivility, restaurant frontline service employee burnout and turnover intention. *International Journal of Hospitality Management*, 52, 97–106. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2015.10.002>
- Isgor, I. Y., & Haspolat, N. K. (2016). Investigating the Psychological Well-Being and Job Satisfaction Levels in Different Occupations. *International Education Studies*, 9(12), 194. <https://doi.org/10.5539/ies.v9n12p194>
- Kim, J., Kim, H. R., Lacey, R., & Suh, J. (2018). How CSR impact meaning of work and dysfunctional customer behavior. *Journal of Service Theory and Practice*, 28(4), 507–523. <https://doi.org/10.1108/JSTP-01-2018-0018>
- Kim, M., Lee, J., & Kim, J. (2019). *The Role of Grit in Enhancing Job Performance of Frontline Employees: The Moderating Role of Organizational Tenure*. 15, 61–84. <https://doi.org/10.1108/s1745-354220190000015004>
- Lee, Y. (2019). JD-R model on psychological well-being and the moderating effect of job discrimination in the model: Findings from the MIDUS. *European Journal of Training and Development*, 43(3–4), 232–249. <https://doi.org/10.1108/EJTD-07-2018-0059>
- Li, X., & Zhou, E. (2013). Influence of customer verbal aggression on employee turnover intention. *Management Decision*, 51(4), 890–912. <https://doi.org/10.1108/00251741311326635>
- Maulana, T., & Syah, T. Y. R. (2016). Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Kerja Dan Turnover intention. *Media Manajemen Jasa*, 2 (2), 1–12.
- Naeem, F., & Khurram, S. (2020). Influence of toxic leadership on turnover intention: The mediating role of psychological wellbeing and employee engagement. *Pakistan Journal of Commerce and Social Science*, 14(3), 682–713.
- Nemteanu, M. S., & Dabija, D. C. (2020). The Influence of Heavy Work Investment on Job Satisfaction and Turnover intention in Romania. *Amfiteatru Economic*, 22(14), 993–1013. <https://doi.org/10.24818/EA/2020/S14/993>



- Park, M. S. A., Goto, N., Kennedy, A., Raj, S., Dutson, A., Park, L., & Sovet, L. (2021). Positive orientation, job satisfaction and psychological well-being of mental health practitioners in Malaysia. *Psychology, Health and Medicine*, 26(10), 1219–1229. <https://doi.org/10.1080/13548506.2020.1804599>
- Prastio, D., Indradewa, R., & Syah, T. Y. R. (2020). Ethical Leadership Trust Effect in Leader, Work Engagement and Burnout Over Turnover Intension. *Journal of Multidisciplinary Academic*, 4(5).
- Ratina, N. A., Lestariani, R. I., Indradewa, R., & Syah, T. Y. R. (2020). The Effect of Transformational Leadership on Affective Commitments with Job Satisfaction and Organizational Culture as An Intervening Variable. *Journal of Multidisciplinary Academic*, 4.
- Reynolds, K. L., & Harris, L. C. (2006). Deviant customer behavior: An exploration of frontline employee tactics. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 14(2), 95–111. <https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679140201>
- Rummelhagen, K., & Benkenstein, M. (2017). *Whose fault is it? An empirical study on the impact of responsibility attribution for customer misbehavior*. 51(11/12), 1856–1875.
- Soelton, M., Wahyono, T., Oktaviar, C., Arief, H., Saratian, E. T. P., Cahyawati, I., & Syah, T. Y. R. (2021). Job Insecurity Anomaly on *Turnover intention* and Employee Performance in The Organization Heavy Equipment Transportation Services. *European Journal of Business and Management Research*, 6(2), 211–216. <https://doi.org/10.24018/ejbmr.2021.6.2.822>
- Yuniasanti, R., Binti Abas, N. A. H., & Hamzah, H. (2019). Employee *turnover intention* among Millennials: The role of psychological well-being and experienced workplace incivility. *HUMANITAS: Indonesian Psychological Journal*, 16(2), 74. <https://doi.org/10.26555/humanitas.v16i2.12544>

