

Fitri Cendana Putri (2005). **Hubungan antara Kemampuan Penyesuaian Diri dengan Stres Kerja pada Sales Promotion Girl**. Skripsi Sarjana Strata I Surabaya : Fakultas Psikologi Universitas Surabaya

ABSTRAK

Sales promotion girl yang belum mempunyai pengalaman di bidang *sales* sering mengalami kendala. Mereka kurang aktif mendekati konsumen, masih kaku ketika berkomunikasi dengan konsumen, banyak mengeluh saat harus mengangkat dan menata barang, serta mereka masih belum menguasai *product knowledge*. Oleh karena itu, seorang *sales promotion girl* baru harus berusaha menyesuaikan diri dengan pekerjaan yang dijalani supaya kendala-kendala tersebut tidak menjadi sumber stres bagi mereka. Penelitian ini ingin mengetahui bagaimana hubungan antara kemampuan penyesuaian diri dengan stres kerja pada *sales promotion girl*.

Penelitian menggunakan desain kuantitatif dengan analisis data *product momen* digunakan untuk menghubungkan antara variabel kemampuan penyesuaian diri dengan variabel stres kerja pada *sales promotion girl*. Subyek penelitian adalah *sales promotion girl* berusia maksimal 25 tahun yang masih baru bekerja maksimal selama 4 bulan pertama. Jumlah sampel adalah 33 orang yang diambil dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan angket.

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa tidak ada hubungan antara variabel kemampuan penyesuaian diri dengan variabel stres kerja pada *sales promotion girl*, dengan nilai $r = -0,269$ $p = 0,118$ ($> 0,05$). Kesimpulannya variabel kemampuan penyesuaian diri tidak dapat dijadikan prediksi terhadap tinggi rendahnya stres kerja, artinya kemungkinan ada faktor-faktor lain yang mempengaruhi stress kerja yang dialami *sales promotion girl*.

Kemampuan penyesuaian diri tinggi berarti stres kerja yang dialami *sales promotion girl* bukan dari faktor internal, melainkan berasal dari faktor eksternal. Sebagian besar subyek penelitian ini mengatakan bahwa tidak dapat mencapai target akan menimbulkan stres bagi mereka. Ketidakkampuan subyek mencapai target disebabkan dua faktor, internal dan eksternal. Faktor internal seperti kemampuan berkomunikasi, sudah mampu mereka penuhi. Faktor eksternal seperti situasi supermarket yang sepi konsumen, belum mampu mereka atasi karena hal itu diluar kendali mereka.