

658 S1
1 km
2 er

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG
BERPENGARUH TERHADAP KINERJA
TENAGA PENJUAL
(STUDI KASUS PADA PEDAGANG BESAR FARMASI DI KOTA
SEMARANG)**



TESIS

Diajukan sebagai salah satu syarat
Untuk menyelesaikan Program Pascasarjana
Pada Program Magister Manajemen Pascasarjana
Universitas Diponegoro

Disusun Oleh :

S. Ismunandar C4A001195

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2003**

PENGESAHAN TESIS

Yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa Tesis berjudul :

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH TERHADAP KINERJA TENAGA PENJUAL (Studi kasus pada Pedagang Besar Farmasi dikota Semarang)

yang disusun oleh S. ISMUNANDAR, NIM C4A001195
telah dipertahankan di depan dewan penguji pada tanggal 5 September 2003
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

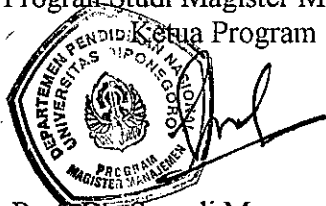
Pembimbing Utama

Dra. Yoestini, Msi

Pembimbing Anggota

Dra. Utami Tri S, MBA

Semarang,September 2003
Universitas Diponegoro
Program Pascasarjana
Program Studi Magister Manajemen
Ketua Program



Prof. Dr. Suyudi Mangunwihardjo

UPT-PUSTAK-UNDIP
No. Daft: 2423/T/MM/C1
Tgl. : 8 Maret 2004

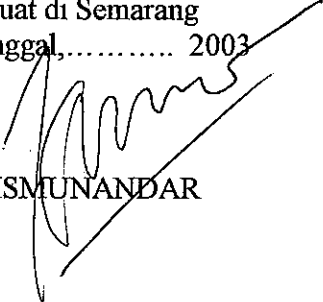
PERYATAAN KEASLIAN TESIS



SERTIFIKASI

Saya, **S. Ismunandar**, yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa tesis yang saya ajukan ini adalah hasil karya saya sendiri yang belum pernah disampaikan atau mendapatkan gelar pada program magister manajemen ini ataupun pada program lainnya. Karya ini adalah milik saya, karena itu pertanggungjawabannya sepenuhnya berada di pundak saya.

Dibuat di Semarang
Pada tanggal..... 2003


S. ISMUNANDAR

Ku persembahkan karya kecil ini kepada :

- ❖ *Papa, Mama, Dimas dan Indra*
- ❖ *Keluarga Besar Yasadiwirya*
- ❖ *Kekasih yang teramat kucintai*

ABSTRACT

This research has analyzed the influence of role ambiguity, job satisfaction, behavioral feedback and learning orientation to salespeople's performance. The survey has done through the questioners to 100 chosen responder. Responders are salespeople of Sole Pharmaceutical Agent. Then the data result of survey has analyzed by using of Structural Equation Modeling technique (SEM) which is explain causality relation between some variables / constructs which are used in this research. The method of collecting data which has done is use of purposive sampling method. The result of this research expected can give benefit for company to evaluate the factors that influence the salespeople's performance.

The first variable is learning orientation, learning orientation heaving the most effect on salespeople's performance, while second variable which having an effect to salespeople's performance is behavioral feedback, third variable is job satisfaction and the last variables which have an effect on to salespeople's performance is role ambiguity.

Penelitian ini memberikan bukti bahwa ketidakjelasan peran, kepuasan kerja, umpan balik perilaku dan orientasi belajar berpengaruh terhadap kinerja tenaga penjualan.

This research gives the evidence that role ambiguity, job satisfaction, behavioral feedback and learnng orientation have an effect to salespeople's performance.

Keyword : role ambiguity, job satisfaction, behavioral feedback and learning orientation.

ABSTRAKSI

Penelitian ini meneliti pengaruh ketidakjelasan peran, kepuasan kerja, umpanbalik perilaku dan orientasi belajar terhadap kinerja tenaga penjualan. Survey dilakukan melalui pengisian kuesioner terhadap 100 responden terpilih. Responden adalah tenaga penjual pada perusahaan Pedagang Besar Farmasi di kota Semarang. Data hasil survai kemudian di analisis menggunakan teknik Structural Equation Modeling (SEM) yang menjelaskan hubungan kausalitas antara beberapa variabel/konstruk yang digunakan dalam penelitian ini. Penelitian ini akan menggunakan metode pengambilan sampel yang di sebut *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sample sesuai karakteristik yang dibutuhkan dalam penelitian. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat bagi perusahaan untuk mengevaluasi faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kinerja tenaga penjual agar dapat meningkatkan penjualannya.

Dalam penelitian ini orientasi belajar memiliki nilai yang paling berpengaruh terhadap kinerja tenaga penjual, sedangkan variabel kedua yang paling berpengaruh terhadap kinerja tenaga penjual adalah umpan balik, variabel ketiga yang berpengaruh terhadap kinerja tenaga penjual adalah kepuasan kerja, sedangkan ketidakjelasan peran adalah variabel terakhir yang berpengaruh terhadap kinerja tenaga penjual.

Penelitian ini memberikan bukti bahwa ketidakjelasan peran, kepuasan kerja, umpan balik perilaku dan orientasi belajar berpengaruh terhadap kinerja tenaga penjualan.

Kata kunci : ketidakjelasan peran, kepuasan kerja, umpan balik perilaku ,orientasi belajar.

KATA PENGANTAR

Atas berkat rahmat Allah SWT Yang Maha Menghendaki, maka penulis mampu menyelesaikan tesis yang berjudul **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH TERHADAP KINERJA TENAGA PENJUAL (Studi kasus pada Pedagang Besar Farmasi di kota Semarang)**.

Tesis ini bertujuan untuk mengidentifikasi bagaimana faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kinerja tenaga penjual, sebagai wujud kepedulian penulis akan perkembangan dan peningkatan kualitas dari tenaga penjual pada Pedagang Besar Farmasi di kota Semarang.

Dengan selesainya tesis ini berakhir pula masa pendidikan pascasarjana di program Magister Manajemen di Universitas Diponegoro. Untuk itu, ucapan terima kasih yang tulus dan permohonan maaf penulis sampaikan kepada :

1. Prof. Dr. Suyudi Mangunwihardjo, selaku Direktur Program Magister Manajemen Universitas Diponegoro.
2. Dra. Yoestini, Msi selaku pembimbing utama, serta Dra. Utami Tri S. MBA selaku pembimbing anggota yang telah berkenan membimbing dan mengarahkan, sejak awal penyusunan proposal hingga selesainya tesis ini.
3. Para dosen pada Program Magister Manajemen Universitas Diponegoro yang telah memberikan tambahan ilmu pengetahuan dan membuka cakrawala berfikir yang baru bagi penulis.
4. Seluruh pimpinan PBF di Semarang beserta seluruh tenaga penjualnya yang telah bersedia membantu dalam penyelesaian tesis ini, terutama : Ibu Santi (PT. APL),

Ibu Kingkin (PT. Surya Medika Perkasa), Bapak Parmin (PT. Rajawali Nusindo),
Bapak Yitno (PT. Tempo) dan Bapak Dono (PT. Combi Putra).

5. Rekan-rekan penulis angkatan XVI pagi : Aries, Prily, Diva, Teddy, Andi, Daru, Barly, Andi, Syahril, Ida, Idel, Dita, Susan, Erika, Mba'Ririn *thanks for being my friend & keep the funky goes on...*
6. Seluruh rekan-rekan di Bank Mandiri Cabang Bangkong Plaza khususnya Consumer Loans Group, atas seluruh suport dan dukungannya.
7. Teman-teman komunitas musik di kota Semarang, seluruh pendukung album *INDIE 10 TRACK* dan seluruh pendukung album *SBJ THE COMPILATION* khususnya anak-anak P'SADENA beserta seluruh manajemen dan crew pendukungnya. Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan karunia-Nya atas segala bantuan dan kemudahan yang penulis terima

Akhirnya, penulis berharap semoga apa yang tertuang dalam tesis ini dapat menjadi informasi yang berguna.

Semarang, 2003

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN SERTIFIKAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAKSI	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	5
1.3. Tujuan dan kegunaan Penelitian	6
1.3.1. Tujuan Penelitian	6
1.3.2. Kegunaan Penelitian	6
BAB II. TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL	
2.1. Telaah Pustaka	7
2.1.1 Konsep Dasar	7
2.1.2. Ketidakjelasan Peran	8
2.1.3. Kepuasan Kerja	9

	Halaman
2.1.4. Ketidajelasan Peran dan Kepuasan Kerja	10
2.1.5. Kinerja Tenaga Penjual	11
2.1.6. Kepuasan Kerja dan Kinerja Tenaga Penjual	12
2.1.7. Umpan Balik	13
2.1.8. Orientasi Belajar	14
2.1.9. Umpan Balik dan Orientasi Belajar	14
2.1.10. Orientasi Belajar dan Kinerja Tenaga Penjual	15
2.2. Kerangka Pemikiran Teoritis	16
2.3. Dimensional Variabel	16
2.3.1. Dimensi dari Variabel Ketidajelasan Peran.....	17
2.3.2. Dimensi dari Variabel Kepuasan Kerja	17
2.3.3. Dimensi dari Variabel Umpan Balik.....	18
2.3.4. Dimensi dari Variabel Orientasi Belajar	19
2.3.5. Dimensi dari Variabel Kinerja Tenaga Penjual	20
2.3. Devinisi Operasional Variabel	22

BAB III. METODE PENELITIAN

3.1. Pendahuluan	23
3.2. Obyek Penelitian	23
3.3. Jenis dan Sumber Data	23
3.2.1. Data Primer	24
3.2.2. Data Sekunder	24

3.4.	Sampel dan Populasi	24
3.4.1.	Populasi	24
3.4.2.	Sampel	25
3.5.	Metode Pengumpulan Data.....	26
3.6.	Teknik Analisis Data	27

BAB IV. ANALISA DATA

4.1.	Pendahuluan	36
4.2.	Data Deskriptif	37
4.3.	Proses dan Hasil Analisis Data	37
4.3.1.	Analisis Faktor Konfirmatori	40
4.3.1.1.	Analisis Faktor Konfirmatori 1	41
4.3.1.2.	Analisis Faktor Konfirmatori 2	45
4.3.2.	Model Persamaan Struktural	50
4.3.3.	Evaluasi Normalitas Data	55
4.3.4.	Evaluasi Outliers	56
4.3.4.1.	Univariate Outliers	56
4.3.4.1.	Multivariate Outliers	57
4.3.5.	Evaluasi Multicollinearity atau Singularity	59
4.3.6.	Uji Reliabilitas	59
4.3.6.1.	<i>Composite Reliability</i>	59
4.3.6.2.	<i>Variance Extract</i>	62
4.3.7.	Analisis Direct Effect, Indirect Effect dan Total Effect...	64
4.4.	Pengujian Hipotesis	69

	Halaman
4.4.1. Pengujian Hipotesis 1	69
4.4.2. Pengujian Hipotesis 2	69
4.4.3. Pengujian Hipotesis 3	70
4.4.4. Pengujian Hipotesis 4	70
4.5. Kesimpulan Bab IV	71

BAB V. KESIMPULAN DAN IMPLIKASI KEBIJAKAN

5.1. Pendahuluan	72
5.2. Simpulan Hipotesis	75
5.2.1. Kesimpulan Hipotesis Pertama	75
5.2.2. Kesimpulan Hipotesis Kedua	76
5.2.3. Kesimpulan Hipotesis Ketiga	77
5.2.4. Kesimpulan Hipotesis Keempat	77
5.3. Simpulan Masalah Penelitian	78
5.4. Implikasi Teoritis	79
5.5. Implikasi Kebijakan Manajemen	81
5.6. Keterbatasan Penelitian	84
57. Agenda Penelitian yang akan datang	85
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN-LAMPIRAN	89

DAFTAR TABEL

Nomor Tabel	Judul Tabel	Halaman
2.1.	Devinisi Operasional Variabel	22
3.1.	Variabel dan Dimensi	30
4.1.	Data Deskriptif Responden	37
4.2.	Matriks Covariances Data	39
4.3.	Indeks Kesesuaian Model Ketidakjelasan Peran dan Umpan Balik Perilaku	43
4.4.	Standarized Regresion Weight Ketidakjelasan Peran dan Umpan Balik Perilaku	44
4.5.	Indeks Kesesuaian Model Kepuasan Kerja, Orientasi Belajar dan Kinerja Tenaga Penjual	48
4.6.	Standarized Regresion Weight Kepuasan Kerja, Orientasi Belajar Dan Kinerja Tenaga Penjual	49
4.7.	Indeks Kesesuaian Model SEM	52
4.8.	Standarized Regresion Weight SEM	53
4.9.	Penilaian Normalitas Data	55
4.10.	Descriptive Statistik	57
4.11.	Hasil Perhitungan Jarak Mehalonobis	58
4.12.	Hasil Perhitungan Jumlah Standarized Loading	60

	Halaman
4.13. Hasil Perhitungan Jumlah Squared Standarized Loading	61
4.14. Hasil Perhitungan Jumlah Measurement Error	61
4.15. Hasil Perhitungan Composite Reliability dan Variance Extracted ..	64
4.16. Hasil Perhitungan Pengaruh langsung	65
4.17. Hasil Perhitungan Pengaruh tidak langsung	66
4.10. Standardized Residual Covariances	68
5.1. Implikasi Teoritis.....	81
5.2. Implikasi Kebijakan Manajemen	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1. Kerangka Pemikiran Teoritis	16
2.2. Dimensi-dimensi Ketidakjelasan Peran	17
2.3. Dimensi-dimensi Kepuasan Kerja	18
2.4. Dimensi-dimensi Umpan Balik Perilaku	19
2.5. Dimensi-dimensi Orientasi Belajar	20
2.6. Dimensi-dimensi Kinerja Tenaga Penjual	21
4.1. Garis Besar Bab IV	36
4.2. Analisis Faktor konfirmatori Ketidakjelasan Peran dan Umpan Balik Perilaku	41
4.3. Analisis Faktor konfirmatori Kepuasan Kerja, Orientasi Belajar, dan Kinerja Tenaga Penjual	46
4.4. Struktur Equation Modeling (SEM)	51
5.1. Garis Besar Bab V	72

BAB I

PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang

Salesforce management atau manajemen armada penjualan merupakan bagian dari manajemen penjualan yang sering dipandang sebagai bagian penting dalam menunjang keberhasilan perusahaan. Hal itu dikarenakan menurut Kotler (1995, p. 811) bahwa tenaga penjual adalah wakil dari sebuah perusahaan yang berhubungan secara langsung dengan pelanggan, sehingga dapat mempengaruhi pelanggan untuk membeli atau tidak membeli produk dari perusahaan tersebut. Oleh sebab itu, penting bagi perusahaan untuk memberikan kepuasan kerja pada tenaga penjual sebagai upaya untuk meningkatkan kinerja pada tenaga penjual dengan mempertimbangkan faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan kerja. Salah satu penyebab ketidak efektifan suatu organisasi adalah faktor internal yang terkait dengan pencapaian kinerja. Sedangkan kata kinerja itu sendiri menurut Ali Lukman dkk dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (1995, p. 503), dapat diartikan sebagai : sesuatu yang dicapai, prestasi yang diperlihatkan dan kemampuan kerja. Sedangkan Challaggalla dan Shervani (1996, p. 95) menyatakan bahwa kinerja tenaga penjual adalah suatu tingkat dimana tenaga penjual dapat mencapai target yang telah dibebankan (oleh perusahaannya) kepada dirinya. Kinerja tenaga penjual adalah suatu tingkat dimana tenaga penjual dapat melakukan tugas ataupun pekerjaannya dengan baik dan bertanggung jawab secara efektif.

Kinerja karyawan atau tenaga penjual mengacu pada prestasi karyawan yang diukur berdasarkan kriteria yang ditetapkan oleh perusahaan. Kinerja ataupun hasil

kerja adalah perwujudan dari hasil karya seorang pekerja. Kinerja tenaga penjual ini dapat berupa pencapaian terhadap kriteria yang telah ditetapkan oleh perusahaannya.

Menurut Challaggalla dan Shervani (1996, p. 95) kinerja mungkin akan lebih penting apabila dikaitkan dalam konteks *sales* (penjualan). Hal tersebut di atas dikarenakan kinerja dari seorang tenaga penjual (*sales people*) sering berhubungan secara langsung dengan pendapatan dari perusahaannya.

Kepuasan kerja mempengaruhi kinerja. Hal itu disebabkan karena usaha akan berpengaruh dan dapat meningkatkan kepuasan kerja. Dan juga dapat dipergunakan untuk memperoleh hasil kinerja yang memuaskan. Usaha secara positif berpengaruh pada kepuasan, dan secara positif pula berpengaruh pada kepuasan kerja yang dipengaruhi oleh kinerja (Brown dan Peterson 1994, p. 77). Sedangkan menurut Purwanto dan Nasir (2001, p. 16), kepuasan kerja dapat meningkatkan kinerja dari karyawan atau dalam penelitian ini adalah tenaga penjual secara keseluruhan.

Penelitian-penelitian mengenai kepuasan kerja umumnya menguji kaitan antara kepuasan kerja dengan implikasi dan faktor-faktor penyebabnya. Dalam studi Ashford, Lee dan Bobko (1989, p. 21) menguji faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan kerja, menguji faktor-faktor yang menjadi penyebab dari (*antecedent*) dan faktor yang disebabkan oleh (*consequences*) *role ambiguity*. *Role Ambiguity* didefinisikan oleh Rizzo, House, dan Lirtzman sebagai situasi stres dimana seseorang kekurangan petunjuk yang jelas mengenai harapan dari peran mereka dalam pekerjaan atau organisasi. Ketika *role ambiguity* tinggi, tenaga penjual tidak sepenuhnya mengerti pekerjaan dalam hubungannya dengan kegiatan-kegiatan yang penting, bagaimana untuk melakukannya, dan kepentingan relatif mereka. Tenaga penjual yang mengalami *role*

stressor (*role conflict* dan *role ambiguity*) mungkin menjadi kurang puas dengan pekerjaan, karena tanggapan dari kebingungan dan ketidakpastian dalam hubungannya dengan tanggungjawab pekerjaan mereka.

Penelitian yang dilakukan oleh Pasewark dan Strawser yang dikutip oleh Purwanto dan Nasir (2001, p. 17) memberikan hasil bahwa rendahnya *role ambiguity* mempunyai pengaruh negatif terhadap kepuasan kerja, begitu pula dalam penelitian yang dilakukan oleh Brown dan Peterson (1994, p. 94) tentang kepuasan kerja tenaga penjual yang membuktikan bahwa ketidakjelasan peran (*role ambiguity*) mempunyai pengaruh negatif terhadap kepuasan kerja dari seorang tenaga penjual.

Agar seorang tenaga penjual dapat melaksanakan segala tugasnya dengan baik sehingga dicapai sebuah kinerja yang baik pula, maka diperlukan umpan balik dari atasannya (supervisor atau penyelia) yang berupa masukan, informasi, penghargaan atau bahkan teguran. Dengan adanya sebuah umpan balik yang diterima oleh seorang tenaga penjual akan berakibat pada orientasinya untuk belajar. Karena salah satu aspek lingkungan kerja yang dapat mempengaruhi seorang tenaga penjual adalah umpan balik. Seorang tenaga penjual yang menerima atau mendapatkan umpan balik akan merasa terdorong untuk dapat memperbaiki dan mengembangkan keterampilannya dalam hal penjualan. Dari umpan balik inilah nantinya akan mempengaruhi kinerja tenaga penjual tersebut.

Tenaga penjual yang selalu mendapatkan umpan balik dari segala aktivitasnya dalam melaksanakan tugas akan selalu berusaha untuk meningkatkan kemampuannya dengan jalan meningkatkan orientasi belajar. Tenaga penjualan memiliki peran yang sangat penting karena mereka dituntut untuk dapat memenuhi target

penjualan sekaligus membangun *relationship* dan citra perusahaan melalui pelayanan yang mereka berikan pada konsumen. Hal tersebut dikarenakan kinerja tenaga penjual sering berhubungan langsung dengan pendapatan dari perusahaannya (Challaggalla dan Shervani, 1996, p. 95), sehingga harus diketahui faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kinerjanya agar perusahaan mendapat profit yang sesuai dengan yang direncanakan (ditargetkan). Orientasi belajar sangat diperlukan untuk dapat meningkatkan kinerja dari tenaga penjual. Hal ini dikarenakan dengan orientasi belajar yang tinggi, tenaga penjual akan lebih dapat meningkatkan kinerja penjualannya. Orientasi belajar merupakan motivasi yang ditujukan untuk meningkatkan kemampuan dan keterampilan tenaga penjual. Oleh sebab itu, umpan balik diharapkan akan mempunyai efek untuk semakin memperbesar orientasi belajar dari tenaga penjual.

Pemilihan obyek penelitian berupa tenaga penjual dari Pedagang Besar Farmasi adalah dikarenakan pada kegiatan penjualannya, seorang tenaga penjual tersebut tidak langsung berhubungan dengan konsumen yang menggunakan produknya tetapi kepada apotek ataupun dokter. Sehingga diperlukan tenaga penjualan yang tahu akan perannya dan mempunyai orientasi belajar lebih baik agar mampu menjual produknya sesuai dengan target yang telah ditetapkan oleh perusahaannya. Selain itu, penelitian ini pemilihan obyek penelitian yang berupa tenaga penjual Pedagang Besar Farmasi berbeda dengan obyek penelitian yang digunakan oleh Purwanto dan Nasir (2003) yang berupa akuntan pendidik.

I.2. Perumusan Masalah

Pada penelitian yang dilakukan oleh Purwanto dan Nasir (2001, p. 16) membuktikan bahwa ketidakjelasan peran (*Role Ambiguity*) mempunyai pengaruh terhadap kepuasan kerja, sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh Suwandi dan Indriantoro menemukan bahwa *role conflict* dan *role ambiguity* mempunyai pengaruh negatif terhadap kepuasan kerja, begitu pula dalam penelitian yang dilakukan oleh Brown dan Peterson (1993) pada kepuasan kerja tenaga penjual membuktikan bahwa *role ambiguity* mempunyai pengaruh negatif terhadap kepuasan kerja tenaga penjual.

Dalam penelitian Purwanto dan Nasir menyatakan, "Perbedaan hasil penelitian ini dengan penelitian terdahulu memberikan kesempatan bagi para peneliti mendatang untuk menguji kembali konsistensi hasil penelitian ini dengan penelitian-penelitian berikutnya." Merujuk pada adanya perbedaan hasil penelitian, saran penelitian yang diharapkan oleh Purwanto dan Nasir, dan pernyataan Riggio (1998) bahwa kepuasan kerja sangat mempengaruhi kinerja.

Menurut Sujan, Weitz dan Nirmalaya Kumar (1994, p. 40), orientasi belajar dapat diartikan sebagai orientasi seseorang untuk meningkatkan kemampuan dan penguasaan tugas-tugas di dalam pekerjaan yang menjadi tanggung jawabnya. Orientasi belajar juga merupakan motivator dari dalam dirinya sendiri, atau disebut juga dengan motivator intrinsik. Umpan balik yang diberikan oleh supervisor pada kinerja tenaga pemasaran akan mempengaruhi orientasi belajar dari seorang tenaga penjual, maka permasalahan dalam penelitian ini adalah : Bagaimana pengaruh ketidakjelasan peran,

kepuasan kerja, umpan balik perilaku dan orientasi belajar terhadap kinerja tenaga penjual.

I.3. Tujuan dan Kegunaan penelitian

I.3.1. Tujuan Penelitian

Untuk mengkaji faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kinerja tenaga penjual. Sehingga sesuai dengan perumusan masalah yang telah ditulis diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :Untuk memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh ketidakjelasan peran, kepuasan kerja, umpan balik perilaku dan orientasi belajar terhadap kinerja tenaga penjual.

I.3.2. Kegunaan Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan kepada berbagai pihak yaitu :

- Bagi pihak akademisi, agar dapat menambah sebuah wacana baru dalam bidang pemasaran, khususnya mengenai tenaga penjual dalam kaitannya dengan ketidakjelasan peran, kepuasan kerja, umpan balik perilaku, orientasi belajar dan kinerja tenaga penjual.
- Bagi para praktisi manajemen, agar dapat meningkatkan kinerja dari tenaga pemasarannya.

BAB II

TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL

II. 1. Telaah Pustaka

II.1.1. Konsep dasar

Ketidakjelasan peran dapat didefinisikan sebagai ketidakberadaan informasi yang memadai yang diperlukan oleh seseorang agar dia dapat menyelesaikan perannya secara optimal (Purwanto dan Nasir, 2001, p. 17). Sehingga seorang tenaga penjual yang mengalami ketidak jelasan peran akan merasakan kebimbangan dalam melaksanakan tugas-tugas yang dibebankan kepadanya. Hal tersebut akan berpengaruh terhadap kepuasan kerja. Kepuasan kerja mencerminkan reaksi emosional individu sehubungan aspek-aspek dalam pekerjaannya. Menurut penelitian yang dilakukan oleh O'Drissoll dan Beehr (1994, p. 17), ketidakjelasan peran dalam konteks pekerjaan akan menyebabkan ketidak puasan kerja. Dari hasil penelitian yang dilakkuakan oleh Brown dan Peterson (1994, p. 77), menyatakan bahwa kepuasan kerja mempengaruhi kinerja. Hal itu disebabkan karena usaha akan berpengaruh dan dapat meningkatkan kepuasan kerja. Dan juga dapat dipergunakan untuk memperoleh hasil kinerja yang memuaskan. Usaha secara positif berpengaruh pada kepuasan , dan secara positif pula berpengaruh pada kepuasan kerja yang dipengaruhi oleh kinerja.

Umpan balik merupakan tanggapan terhadap aktivitas yang dilakukan dalam melakukan sebuah kegiatan usaha. Tanggapan dalam kegiatan usaha seorang tenaga penjual, misalnya tanggapan mengenai : teknik-teknik menjual, negosiasi, promosi, kominikasi dan lain sebagainya. Bentuk dari umpan balik yang diperoleh tenaga penjual ada beberapa, misalkan : pemberian informasi, pemberian penghargaan (dalam

berbagai bentuk seperti material maupun non material), atau bahkan peringatan (Challaggalla dan Shervani, 1996, p. 90). Umpan balik yang diberikan oleh supervisor pada kinerja tenaga pemasaran akan mempengaruhi orientasi belajar dari seorang tenaga penjual. Umpan balik juga merupakan penilaian supervisor terhadap hasil dan perilaku tenaga penjual. Tenaga penjual yang selalu mendapatkan umpan balik dari segala aktivitasnya dalam melaksanakan tugas akan selalu berusaha untuk meningkatkan kemampuannya dengan jalan meningkatkan orientasi belajar. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa orientasi belajar dapat digunakan untuk meningkatkan dan mendorong tenaga penjual untuk dapat bekerja dengan lebih keras.

II.1.2. Ketidakjelasan Peran

Ketidakjelasan peran dapat didefinisikan sebagai ketidakberadaan informasi yang memadai yang diperlukan oleh seseorang agar dia dapat menyelesaikan perannya secara optimal (Purwanto dan Nasir, 2001, p. 17). Faktor-faktor yang berhubungan dengan ketidakjelasan peran meliputi : kondisi arus kerja, pelanggaran dalam rantai komando, dan kecukupan komunikasi. Tanpa aturan yang jelas dan masukan dari lingkungan ataupun atasan, ketidakjelasan peran yang dihadapi akan semakin meningkat, sehingga mengakibatkan kinerja maupun efektifitas dari organisasi atau perusahaan akan semakin rendah.

Sedangkan Challagalla dan Shervani (1996, p.94) menjelaskan bahwa seorang tenaga penjual yang tidak memperoleh kejelasan tentang dukungan dan apa yang menjadi permintaan dari supervisor, mungkin akan mengalami atau merasakan ketegangan dan kegelisahan kerja yang lebih besar. Yang dimaksud dari ketidakjelasan

peran seperti yang tersebut diatas adalah bahwa jika seseorang mengalami ketidakjelasan peran dalam organisasi, maka kinerja yang dihasilkan tidak optimal.

Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa akibat dari rendahnya ketidakjelasan peran akan mengganggu pencapaian sasaran. Sehingga Vande Walle dan Cummings (1997, p.391) menegaskan bahwa, kejelasan peran merupakan merupakan syarat penting untuk melakukan dan melaksanakan tugas-tugas yang dibebankan kepada seorang tenaga penjual.

II.1.3. Kepuasan Kerja

Menurut pendapat dari McCormic (1980) yang dikutip oleh Purwanto dan Nasir (2001, p. 14), kepuasan kerja merupakan sikap khusus yang dimiliki oleh anggota organisasi atau pekerja pada suatu perusahaan, maka kepuasan kerja seseorang mencerminkan sikap seseorang terhadap pekerjaannya. Purwanto dan Nasir (2001, p.13) juga mengatakan bahwa kepuasan kerja juga mencerminkan reaksi emosional individu sehubungan aspek-aspek dalam pekerjaannya. Kepuasan kerja sangat mempengaruhi kesehatan fisik maupun mental, mempermudah mempelajari tugas-tugas yang berkaitan dengan pekerjaan secara lebih cepat, dan semakin sedikit keluhan, sehingga karyawan yang merasa puas akan pekerjaannya akan menunjukkan perilaku dan aktivitas yang lebih kooperatif. Kepuasan kerja adalah sesuatu yang berkaitan dengan perasaan yang dimiliki oleh seorang profesional (dalam penelitian ini, yang dimaksud dengan seorang profesional adalah seorang tenaga penjual) terhadap pekerjaannya. Pandangan teoritis terhadap kepuasan kerja seolah-olah sama dengan motivasi kerja karena kepuasan kerja berkaitan dengan perasaan yang dimiliki seseorang terhadap pekerjaannya.

Beberapa pendapat tentang aspek kepuasan kerja yang dirangkum oleh Purwanto dan Nasir (2001, p. 14-15) adalah sebagai berikut :

- Pekerja akan cenderung lebih menyukai pekerjaannya apabila mereka diberi kesempatan untuk menggunakan keterampilan dan kemampuannya serta kebebasan dan umpan balik mengenai seberapa baik mereka bekerja. Pekerjaan yang membosankan cenderung membuat pekerja merasa frustrasi dan gagal (Robins, 1996).
- Jumlah kompensasi yang diterima pekerja atau tenaga penjual (upah) merupakan faktor multi dimensi yang signifikan dan kompleks dalam kepuasan kerja (Judge, 1993).
- Kesempatan untuk mendapatkan promosi jabatan juga penting dalam penilaian kepuasan kerja seseorang. Kebijakan promosi yang adil akan berdampak positif. Bagi mereka yang telah menerima kesempatan dipromosikan akan merasa senang, bahagia dan memperoleh kepuasan kerja atas dirinya (Luthans, 1998)

Sedangkan menurut McCormic (1980) yang dikutip oleh Purwanto dan Nasir (2001, p. 14), kepuasan kerja memiliki beberapa elemen yaitu : sifat pekerjaan, supervisor, perusahaan, gaji, dan peluang promosi.

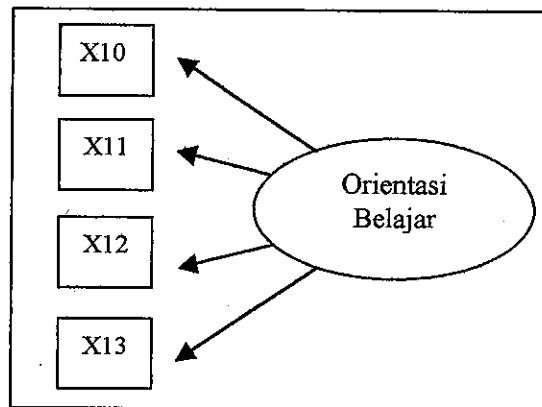
II.1.3. Ketidakjelasan Peran dan Kepuasan Kerja

Menurut penelitian yang dilakukan oleh O'Drissoll dan Beehr (1994, p 17), ketidakjelasan peran dalam konteks pekerjaan akan menyebabkan ketidakpuasan kerja yang pada akhirnya dapat berakibat pada meningkatnya ketegangan,

II.3.4. Dimensi dari Variabel Orientasi Belajar

Variabel orientasi belajar dibentuk dari beberapa dimensi, yaitu :mampu menjual dalam kondisi sulit, selalu meningkatkan keahlian, belajar dari pengalaman, selalu mempelajari hal-hal baru. Hal tersebut dijelaskan pada gambar berikut :

Gambar 2.5
Dimensi-dimensi Orientasi Belajar



Keterangan :

X10 : menganggap kesalahan adalah bagian dari proses belajar

X11 : selalu meningkatkan keahlian

X12 : belajar dari pengalaman

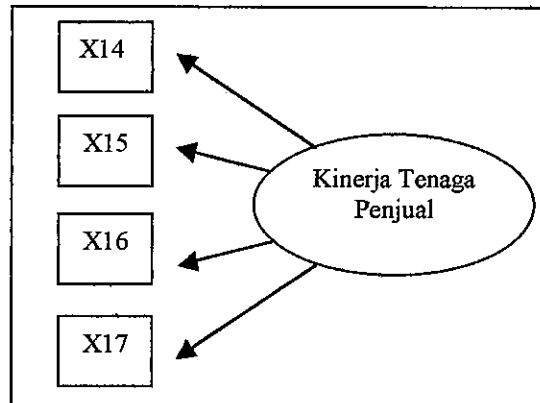
X13 : selalu mempelajari hal baru

Sumber : Sujan, Weitz, Nirmalaya Kumar (1994, p. 46-47)

II.3.5. Dimensi dari kinerja tenaga penjual

Variabel kinerja tenaga penjual dibentuk dari dimensi, yaitu :mampu menjual dalam kondisi sulit, selalu meningkatkan keahlian, belajar dari pengalaman, selalu mempelajari hal-hal baru. Hal tersebut dijelaskan pada gambar berikut :

Gambar 2.6
Dimensi-dimensi Kinerja Tenaga Penjualan



Keterangan :

X14 : kemampuan menjual dengan profit tinggi

X15 : kemampuan melampaui target penjualan

X16 : mampu memanfaatkan peluang yang ada

Sumber : Kohli, Servani, Challagala (1998, p. 272)

II.4. DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL

Definisi operasional variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 2.1
Definisi Operasional Variabel

NAMA VARIABEL	DEFINISI OPERASIONAL	SKALA PENGUKURAN
Ketidajelasan peran	Kejelasan peran tenaga penjual adalah pemahaman dari seorang tenaga penjual atas bagaimana dia melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya untuk memenuhi harapan dari pihak lain yang dibebankan kepadanya	Diukur menggunakan 10 point skala dengan 3 item pertanyaan untuk mengukur ketidakjelasan peran tenaga penjual
Kepuasan kerja	Kepuasan kerja adalah : sikap seorang terhadap pekerjaannya yang berkaitan dengan perasaan yang dimiliki seseorang terhadap pekerjaannya.	Diukur menggunakan 10 point skala dengan 3 item pertanyaan untuk mengukur kepuasan kerja tenaga penjual
Umpan Balik perilaku	Umpan balik adalah ; akibat atau tanggapan dari apa yang telah dilakukan (dikerjakan) seseorang agar dapat menyelesaikan tugasnya dengan lebih baik	Diukur menggunakan 10 point skala dengan 3 item pertanyaan untuk mengukur umpan balik perilaku
Orientasi belajar	Orientasi belajar adalah : pandangan seorang tenaga penjual guna dapat meningkatkan kemampuan dan penguasaan atas tugas yang diberikan kepadanya	Diukur menggunakan 10 point skala dengan 4 item pertanyaan untuk mengukur orientasi belajar tenaga penjual
Kinerja	Kinerja adalah : derajat atau tingkat keberhasilan seorang tenaga penjual dalam melaksanakan tugas dan kewajiban yang dibebankan kepadanya	Diukur menggunakan 10 point skala dengan 3 item pertanyaan untuk mengukur kinerja tenaga penjual

BAB III METODE PENELITIAN

III.1. Pendahuluan

Penelitian ini dilakukan berdasarkan kerangka pemikiran teoritis yang telah dikembangkan serta jurnal-jurnal dibidang manajemen pemasaran dan buku-buku lain yang berkaitan. Bab II akan digunakan sebagai landasan teori untuk menguji hipotesa-hopotesa berdasarkan data yang dikumpulkan dimana nantinya akan dapat menjelaskan fenomena dalam bentuk hubungan antar variabel.

Pembahasan dalam metode penelitian ini meliputi desain penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, metode pengumpulan data dan teknik analisis data.

III.2. Obyek Penelitian

Obyek dari penelitian yang akan dilakukan adalah perusahaan-perusahaan besar yang bergerak dalam bidang perdagangan (pedagang besar) farmasi di kota Semarang, Propinsi Jawa Tengah, yang melakukan kegiatan penjualan obat-obatan baik obat bebas maupun obat dengan resep dokter (etical maupun OTC).

III.3. Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data subyek. Yang dimaksud dengan data subyek menurut Indriantoro dan Supomo (1999, p. 145) adalah : data penelitian yang berupa opini sikap, pengalaman atau karakteristik dari seseorang atau sekelompok orang yang menjadi subyek penelitian.

Dalam melakukan penelitian ini digunakan dua jenis sumber data menurut cara mendapatkan data tersebut, yaitu :

1. Data Primer
2. Data sekunder

III.3.1. Data Primer

Yang dimaksud dengan data primer adalah (Cooper dan Emory, 1998, p. 254) data yang diperoleh secara langsung, yang dikumpulkan secara khusus dan berhubungan dengan masalah yang diteliti. Dalam penelitian ini data primer diperoleh langsung dari responden melalui daftar pertanyaan (*questioner*).

III.3.2. Data Sekunder

Data sekunder, adalah data yang diperoleh secara tidak langsung atau melalui pihak ke 3 yang digunakan sebagai pendukung data primer. Data sekunder diperoleh dari studi kepustakaan (journal, literatur, makalah, artikel, dll) yang berhubungan dengan penelitian yang sedang dilakukan. Menurut Kuncoro (2001, p.25) data sekunder biasanya telah dikumpulkan dan dipublikasikan kepada masyarakat.

III.4. Populasi dan Sampel

III.4.1. Populasi

Menurut Sugiyono (1999, p. 72), agar generalisasi dalam penelitian ini tidak terlalu luas dari semestinya, maka perlu ditetapkan populasinya terlebih dahulu. Populasi adalah sekumpulan individu atau obyek penelitian yang memiliki kualitas seta

ciri-ciri atau karakteristik yang telah ditetapkan. Berdasarkan kualitas dan ciri-ciri tersebut populasi dapat dipahami sebagai suatu kelompok individu atau obyek dari suatu pengamatan yang minimal memiliki persamaan karakteristik. Sebuah populasi adalah kumpulan secara keseluruhan dari elemen-elemen yang dengan hal itu diharapkan kita dapat membuat beberapa kesimpulan.

Adapun yang dijadikan populasi dalam penelitian ini adalah 747 orang tenaga penjual dari perusahaan pedagang farmasi di Kota Semarang, Propinsi Jawa Tengah (jumlah populasi menurut data dari : BPPOM tahun 2002).

III.4.2. Sampel

Pada pelaksanaan penelitian ini, tidak seluruh populasi yang ada dijadikan sebagai responden. Hanya sebagian sebagian saja yang digunakan sebagai responden atau sampel. Karena menurut Sugiyono (1999, p. 73) sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Adapun syarat untuk menjadi sampel atau responden adalah sebagai berikut : merupakan pekerja tetap dan berprofesi sebagai tenaga penjual.

Penentuan sampel yang mewakili dilakukan dengan cara atau teknik pengambilan sampel yang tepat, yaitu dengan menggunakan teknik purposive sampling. Purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel yang akan digunakan dengan berdasarkan pertimbangan-pertimbangan atau syarat-syarat tertentu yang dipandang mempunyai hubungan hubungan yang erat dengan ciri-ciri atau sifat dari populasi.

Menurut Ferdinand (2002, p.48) jumlah sampel yang ideal dan representatif digunakan adalah sebanyak tergantung dari jumlah indikator yang digunakan dalam seluruh variabel

laten. Jumlah sampel adalah jumlah indikator dikalikan dengan lima (5). Dengan demikian jumlah sampel yang digunakan untuk penelitian ini adalah :

$$\begin{aligned} \text{Sampel minimal} &= \text{jumlah indikator} \times 5 \dots\dots\dots(2) \\ &= 17 \times 5 \\ &= 85 \text{ orang responden} \end{aligned}$$

Jumlah sampel yang akan diambil adalah sebanyak 100 responden, karena menurut Ferdinand (2002, p. 51-52) jika menggunakan teknik analisis SEM, maka sampel yang harus dipenuhi minimal adalah berjumlah 100 responden.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Purposive Sampling, yaitu sampling yang disesuaikan dengan tujuan tertentu (Sugiyono, 1999). Pada penelitian ini diambil sampel yaitu : tenaga penjual pada perusahaan farmasi yang berada di kota Semarang, Jawa Tengah dengan lama kerja minimal satu tahun.

III.5. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode angket atau questioner. Maksudnya adalah dengan memberikan pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 1999, p. 135). Kepada para responden diberikan questioner dan diminta untuk memberikan jawaban dalam bentuk skala likert.

Menurut Sugiyono (1999, p. 86), skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial

yang merupakan skala kontinum bipolar, pada ujung sebelah kiri (angka rendah) menggambarkan suatu jawaban yang bersifat negatif . Sedangkan ujung sebelah kanan (angka tinggi) menggambarkan suatu jawaban yang bersifat positif. Skala likert dirancang untuk memungkinkan responden menjawab dalam berbagai tingkatan pada setiap butir pertanyaan atau pernyataan yang terdapat dalam questioner.

Skala likert yang dipergunakan adalah dari 1-10.

1. Untuk katagori pernyataan dengan jawaban sangat tidak setuju sampai dengan sangat setuju.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Sangat tidak setuju

sangat setuju

2. Untuk katagori pernyataan dengan jawaban sangat jelek sampai dengan sangat baik.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Sangat jelek

sangat baik

III.6. Teknik Analisis Data

Untuk menguji hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini maka teknik analisis data yang dipergunakan adalah dengan menggunakan SEM (Structural Equation Modeling) yang dioperasikan menggunakan program komputer AMOS.

Teknik analisis SEM (Structural Equation Modeling) merupakan suatu model yang paling sering digunakan oleh para peneliti untuk menguji dan mengukur data dibidang pemasaran. Selain itu AMOS digunakan karena :

1. Dapat memperkirakan koefisien yang tidak diketahui dari persamaan linear struktural.
2. Dapat mengakomodasi model yang meliputi variabel laten.
3. Dapat mengakomodasi peringatan yang timbal balik , simultan dan saling ketergantungan
4. Dapat mengakomodasi kesalahan pengukuran variabel dependent dan independent.

Adapun teknik analisis yang dipergunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua macam teknik analisis yaitu :

1. Confirmatory Factor Analysis.

Teknik analisis yang digunakan untuk mengkonfirmasi faktor-faktor yang paling dominan dalam satu kelompok variabel.

2. Regresion Weight.

Teknik analisis yang digunakan untuk meneliti seberapa besar variabel-variabel dalam penelitian ini saling mempengaruhi.

1. Pengembangan model berbasis teori

Pada tahap ini dilakukan pencarian atau pengembangan sebuah model yang diperoleh dari penelusuran dan telaah pustaka untuk mendapatkan justifikasi dari model teoritis yang dikembangkan. SEM digunakan bukan untuk membentuk model baru tetapi lebih untuk membuktikan model yang telah ada sebelumnya.

2. Pengembangan diagram alur

Dalam menggambar diagram alur, hubungan antar faktor (*konstruct*) akan dinyatakan dalam anak panah. Anak panah lurus : akan menunjukkan hubungan kausal antara faktor yang satu dengan faktor yang lain. Garis lengkung : menunjukkan korelasi antar faktor.

Construct atau faktor dibagi menjadi dua kelompok, yaitu :

1. *Exogenous construct*, yaitu faktor yang dituju oleh garis dengan satu ujung anak panah. Sering disebut sebagai source variabel / independent variable yang tidak diprediksi oleh variabel lain dalam model.
2. *Endogenous construct*, yaitu merupakan faktor-faktor yang diprediksi oleh satu atau beberapa konstruk. Konstruk endogen dapat memprediksi satu atau beberapa konstruk endogen lainnya, tetapi konstruk endogen hanya dapat berhubungan kausal dengan konstruk endogen.

Adapun variabel dan dimensi dalam penelitian ini adalah seperti terlihat pada tabel dibawah ini :

TABEL 3.1
Variabel dan Dimensi

VARIABEL	DIMENSI	LAMBANG
Ketidak jelasan Peran	Kejelasan Tanggung jawab	X1
	Kejelasan Tujuan / sasaran	X2
	Kejelasan harapan pihak lain	X3
Kepuasan Kerja	Reaksi Emosional	X4
	Kesehatan Fisik dan Mental	X5
	Aktifitas Lebih Kooperatif	X6
Umpan Balik Perilaku	Pemberian Informasi	X7
	Pemberian Penghargaan	X8
	Pemberian sanksi	X9
Orientasi Belajar	Menganggap kesalahan adlh bag dr proses belajar	X10
	Selalu meningkatkan keahlian	X11
	Belajar dari pengalaman	X12
	Selalu mempelajari hal baru	X13
Kinerja Tenaga Penjualan	Kemampuan menjual dgn profit tinggi	X14
	Kemampuan melampaui target penjualan	X15
	Mampu memanfaatkan peluang yang ada	X16

Sumber : dikembangkan untuk penelitian ini

3. Konfersi diagram kedalam persamaan

Konfersi diagram kedalam persamaan dilakukan denga tahapan-tahapan sebagai berikut :

1. Persamaan struktural (*struktural equation*)

Dirumuskan untuk menyatakan hubungan kausalitas antara berbagai faktor yang ada. Rumusnya adalah sebagai berikut :

$$\text{Variabel endogen} = \text{variabel eksogen} + \text{variabel endogen} + \text{error}$$

2. Persamaan spesifikasi model pengukuran (*measurement model*)

Digunakan untuk menentukan variabel yang mengukur konstruk dan menentukan serangkaian matrik yang menunjukkan korelasi yang dihipotesakan antar konstruk atau variabel.

4. Memilih matrik input dan estimasi model

Ferdinand (2002) menyebutkan bahwa ada lima teknik estimasi yang tersedia dalam AMOS 4.0, yaitu :

1. Maximum Likelihood Estimation (ML).
2. Generalized Square Estimation (GLS).
3. Unweighted Least Square Estimation (ULS).
4. Scale Free Least Square Estimation (SLS).
5. Asytotically Distribution- Free Estimation (ADF).

SEM hanya menggunakan varians/kovarians atau matriks korelasi untuk keseluruhan estimasi yang dilakukan. Matriks kovarian digunakan karena memiliki keunggulan dalam menyajikan perbandingan yang valid antara populasi yang berbeda atau sampel yang berbeda dimana hal ini tidak dapat disajikan oleh korelasi.

5. Kemungkinan munculnya masalah identifikasi

Masalah yang biasanya timbul dalam estimasi model kausal ini adalah masalah identifikasi, yang pada prinsipnya adalah mengenai ketidakmampuan dari model yang dikembangkan menghasilkan estimasi yang unik. Bila setiap kali estimasi dilakukan

muncul problem identifikasi, maka model sebaiknya dipertimbangkan ulang dengan mengembangkan lebih banyak konstruk.

6. Evaluasi kriteria Goodness-of-fit

Pengujian terhadap kesesuaian model melalui telaah terhadap berbagai kriteria goodness-of-fit. Berikut disajikan beberapa indeks kesesuaian dan cut-of value untuk digunakan dalam menguji apakah sebuah model dapat diterima atau ditolak. (Ferdinand, 2002, p. 54-61), yaitu :

a. X^2 -chi-square statistic

Model dikatakan baik atau memuaskan bila nilai X^2 nya rendah. Semakin kecil nilai *chi-square*, semakin baik model tersebut dan diterima berdasarkan probabilitas dengan cut-off sebesar $P > 0,05$ atau $P > 0,1$.

b. RMSA (The Root Mean Square Error of Approximation)

Nilai $RMSA \leq 0,08$ merupakan indeks untuk dapat diterimanya model yang menunjukkan close fit dari model berdasarkan DF.

c. GFI (Goodness of fit indeks)

Merupakan ukuran non statistik yang mempunyai rentang nilai 0 (poor fit) sampai dengan 1.0 (perfect fit). Nilai yang lebih tinggi menunjukkan "better fit".

d. AGFI (Adjusted Goodness of Fit Index)

Tingkat penerimaan yang direkomendasikan adalah $AGFI \geq 0,90$.

e. CMIN/DF

Merupakan the minimum sample discrepancy function yang dibagi dengan DF, yaitu statistik chi-square dibagi dengan X^2 DF-nya yang disebut X^2 relatif. Nilainya kurang dari 2.0 atau kadang kurang dari 3.0 yang merupakan indikasi dari acceptable fit antara model dan data.

f. TLI (Tucker Lewis Index)

Merupakan *Incremental fit index* yang membandingkan sebuah model yang diuji terhadap sebuah baseline model. Nilai yang direkomendasikan sebagai acuan untuk diterimanya sebuah model adalah $\geq 0,95$, nilai yang mendekati 1 menunjukkan a very good fit.

g. CFI (Comparative Fit Index)

Besaran index ini adalah pada rentang nilai sebesar 0-1. Apabila mendekati 1 mengindikasikan tingkat fit yang paling tinggi. Nilai yang direkomendasikan adalah $\geq 0,95$.

Tabel 3.2
Indikator Justifikasi Statistik dalam AMOS

<i>Goodness of Fit Index</i>	<i>Cut-off Value</i>
χ^2	Diharapkan kecil
<i>Significance Probability</i>	≥ 0.05
RMSEA	≤ 0.08
GFI	≥ 0.90
AGFI	≥ 0.90
CMIN/DF	≤ 2.00
TLI	≥ 0.95
CFI	≥ 0.95

Sumber : Ferdinand (2002, p. 61)

Langkah pertama sebelum pengambilan data adalah melakukan uji kebaikan pengukuran yang meliputi reliabilitas dan validitas atau evaluasi terhadap kuesioner yang harus dilakukan:

a. Reliabilitas.

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu-ke waktu. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha $> 0,06$ (Nunnally; 1969 dalam Ghozali; 2001, p. 133).

b. Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji tersebut dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel. Jika r hitung (untuk r tiap butir dapat dilihat pada kolom *Corrected Item-Total Correlation*) lebih besar dari r tabel dan nilai r positif, maka pernyataan tersebut dikatakan valid.

7. Interpretasi dan modifikasi model

Bila jumlah residual lebih besar dari 1% dari semua residual kovarians yang dihasilkan oleh model, maka sebuah modifikasi perlu dipertimbangkan. Bila ditemukan bahwa nilai residual model cukup besar (lebih besar atau sama dengan 2,58)

maka cara lain dalam memodifikasinya adalah dengan menambah sebuah alur baru terhadap model yang diestimasi signifikan secara statistik pada tingkat 1%.

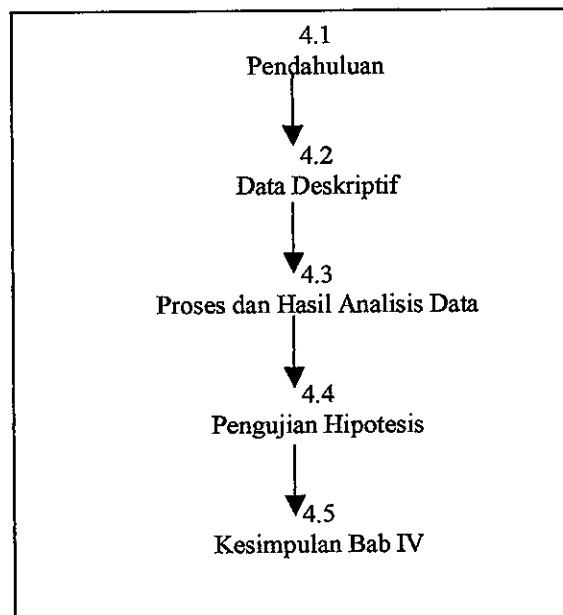
BAB IV ANALISIS DATA

4.1 Pendahuluan

Dalam bab IV ini akan disajikan proses dan hasil analisis data penelitian untuk menjawab pertanyaan penelitian dan hipotesis yang telah diajukan pada Bab II.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Confirmatory Factor Analysis* dan *Full Model* dari SEM dengan tujuh langkah untuk mengevaluasi kriteria *goodness of fit*. Outline Bab IV disajikan dalam Gambar 4.1 berikut:

Gambar 4.1
Garis Besar Bab IV



Sebelum membahas proses dan hasil analisis data, terlebih dahulu disajikan data deskriptif yang merupakan gambaran umum tentang responden.

4.2 Data Deskriptif

Data deskriptif diperoleh dari responden, yaitu tenaga penjual yang bekerja pada perusahaan pedagang besar farmasi (PBF) di kota Semarang yang telah bekerja minimal selama satu tahun. Responden dalam penelitian ini sebanyak 100 orang dari beberapa perusahaan pedagang besar farmasi dengan kriteria/syarat-syarat tertentu, seperti yang telah diuraikan pada Bab III. Berikut ini disajikan data deskriptif responden yang bersedia membantu pengisian kuesioner dalam Tabel 4.1:

Tabel 4.1
Data Deskriptif Responden Tabel 4.1

		Frekuensi	Persentase
Sample		100	100 %
Pendidikan Terakhir	Sekolah Menengah	22	22 %
	Diploma	47	47 %
	Sarjana	31	31 %

Sumber : Data primer diolah (2003)

Dari 140 kuesioner yang disebar pada tenaga penjual di beberapa perusahaan pedagang besar farmasi, 100 kuesioner yang kembali dan telah memenuhi kriteria-kriteria responden yang telah ditentukan.

4.3 Proses dan Hasil Analisis Data

Data yang terkumpul kemudian diolah dan dianalisis dengan menggunakan teknik analisis Model Persamaan Struktural (SEM) yang terdiri dari tujuh tahap, yaitu:

1. Pengembangan model berbasis teori

Berdasarkan telaah pustaka yang telah diuraikan dalam Bab II, dikembangkan model penelitian sebagaimana yang tersaji dalam Gambar 2.1

2. Pengembangan diagram alur

Setelah model berbasis teori dikembangkan pada langkah pertama, pada langkah kedua model itu akan disajikan dalam sebuah diagram alur. Pengembangan dari model teoritis ke diagram alur model penelitian.

3. Konversi diagram alur ke dalam persamaan

Model yang telah dinyatakan dalam diagram alur, kemudian dinyatakan dalam dua persamaan, yaitu: persamaan pengukuran dan persamaan struktural.

4. Memilih matrik input dan estimasi model

Langkah berikutnya adalah memilih jenis input yang sesuai. Bila yang diuji adalah hubungan kausalitas, maka disarankan input yang digunakan adalah kovarians (Hair dkk; 1995 dalam Ferdinand; 2002, p. 164). Karena penelitian ini akan menguji hubungan kausalitas, maka matriks kovarians yang diambil sebagai input untuk operasi SEM sebagaimana tersaji dalam Tabel 4.2 berikut:

Tabel 4.2
Matriks Covariances Data

Sample Covariances							
	x16	x15	x14	x10	x11	x12	x13
x16	1.328						
x15	0.891	1.857					
x14	0.774	0.786	1.680				
x10	0.327	0.321	0.258	1.718			
x11	0.635	0.602	0.664	0.901	1.989		
x12	0.683	0.635	0.816	0.945	1.264	2.413	
x13	0.637	0.580	0.590	1.044	1.585	1.890	2.847
x7	0.010	0.140	0.050	0.140	0.320	0.190	0.060
x8	0.012	0.152	0.004	0.325	0.544	0.494	0.362
x9	0.097	0.321	0.136	0.523	0.768	0.469	0.570
x6	0.291	0.156	0.032	-0.272	0.212	-0.198	-0.039
x5	0.336	0.468	0.294	-0.117	0.298	-0.090	0.072
x4	0.084	0.172	-0.034	-0.313	0.092	-0.180	0.008
x3	-0.120	0.011	-0.034	0.009	-0.247	-0.161	-0.217
x2	-0.143	-0.219	-0.204	-0.007	-0.222	-0.181	-0.250
x1	-0.079	-0.053	-0.112	0.126	-0.005	0.031	-0.036

	x7	x8	x9	x6	x5	x4	x3
x7	2.040						
x8	0.900	1.326					
x9	0.900	0.728	1.605				
x6	-0.040	-0.247	0.054	1.976			
x5	0.140	-0.130	0.024	0.895	1.894		
x4	0.040	-0.170	0.066	0.815	0.746	1.354	
x3	-0.030	0.066	-0.215	-0.127	-0.208	-0.232	1.092
x2	-0.130	-0.052	-0.065	-0.156	-0.266	-0.164	0.515
x1	-0.110	0.129	-0.011	-0.300	-0.333	-0.217	0.595

Sumber: Data primer yang diolah

Karena penelitian ini akan menguji hubungan kausalitas, maka matriks kovarians seperti terlihat pada tabel 4.2 diambil sebagai input untuk operasi SEM.

Hair dkk dalam Ferdinand (2002, p. 47) menyatakan bahwa besar sampel penelitian yang sesuai adalah antara 100-200. Penelitian ini menggunakan sampel sebesar 100.

Program komputer yang digunakan untuk mengestimasi model adalah AMOS, sedangkan teknik estimasi yang digunakan adalah *Maximum Likelihood Estimation (ML)* karena ukuran sampelnya kecil, yaitu 100. Estimasi dilakukan secara bertahap, meliputi:

(1) Teknik *Confirmatory Factor Analysis*

Teknik ini ditujukan untuk mengestimasi *Measurement Model*, yaitu menguji unidimensionalitas dari konstruk-konstruk eksogen dan konstruk-konstruk endogen. Disebut sebagai teknik analisis konfirmatori, sebab pada tahap ini model akan mengkonfirmasi apakah variabel yang diamati dapat mencerminkan faktor yang dianalisis

(2) Teknik *Full Struktural Equation Model*

Model ini digunakan untuk menguji model kausalitas yang telah dinyatakan sebelumnya dalam berbagai hubungan sebab-akibat. Melalui analisis *Full Model* akan terlihat ada tidaknya kesesuaian model dan hubungan kausalitas yang dibangun dalam model yang diuji (Ferdinand; 2002, p. 165).

4.3.1 Analisis Faktor Konfirmatori

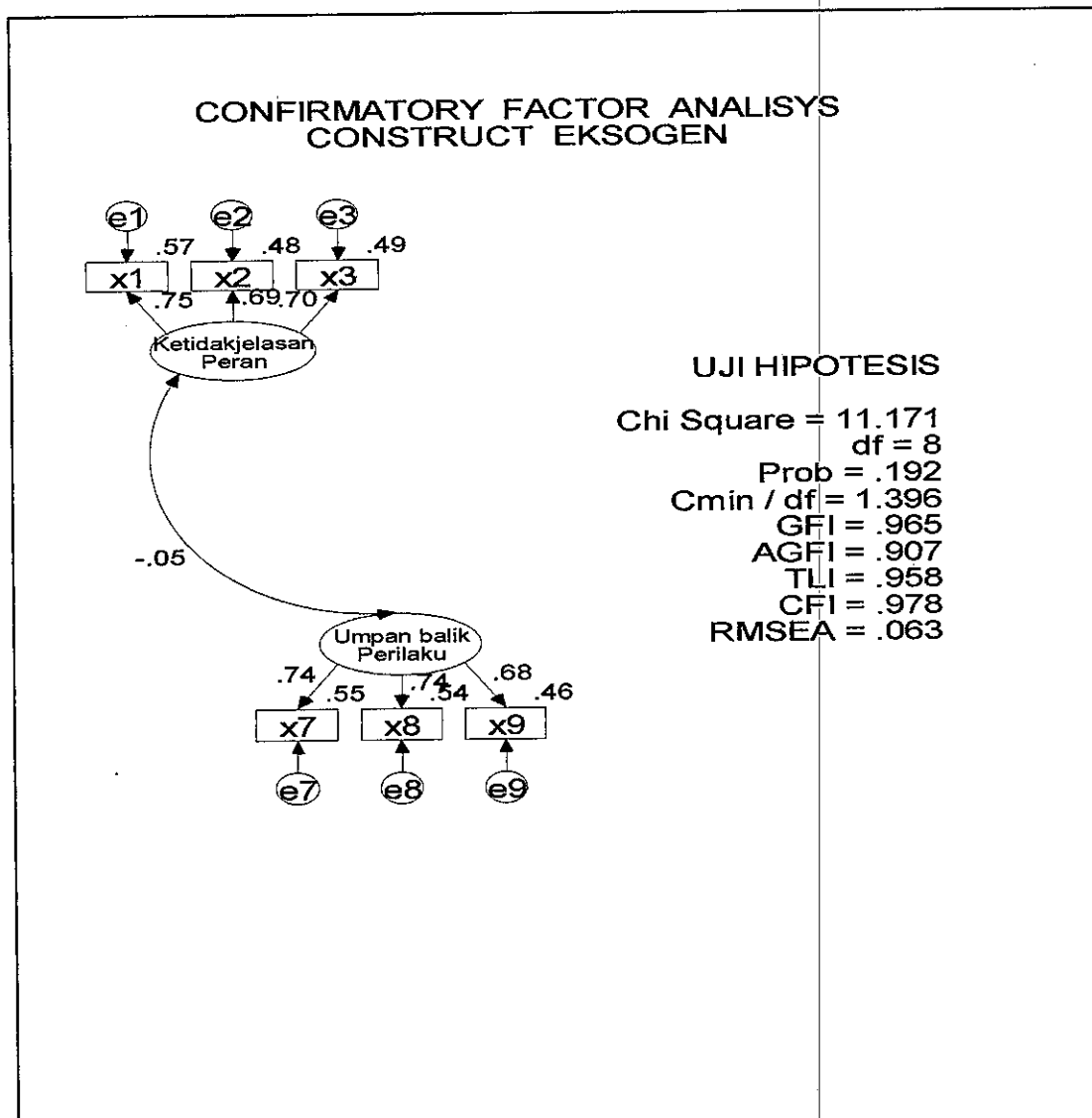
Analisis faktor konfirmatori merupakan suatu proses dalam penelitian yang dilakukan untuk menguji unidimensionalitas dari dimensi-dimensi yang membentuk variabel laten atau konstruk laten. Dimensi yang digunakan dalam sebuah model perlu dikonfirmasi apakah dimensi tersebut dapat menjelaskan suatu konstruk yang merupakan *unobserved variable*

Dalam penelitian ini, analisis faktor konfirmatori merupakan pengujian terhadap dimensi-dimensi yang membentuk konstruk ketidakjelasan peran, kepuasan kerja, umpan balik perilaku, orientasi belajar, dan kinerja tenaga penjual.

4.3.1.1 Analisis Faktor Konfirmatori 1

Analisis faktor konfirmatori 1 meliputi variabel/konstruksi eksogen: ketidakjelasan peran dan umpan balik perilaku. Hasil dari analisis ini dapat dilihat pada Gambar 4.2 berikut ini:

Gambar 4.2
Analisis Konfirmatori Ketidakjelasan peran dan Umpan Balik perilaku



Sumber : Data primer yang diolah

Dari gambar diatas dapat dilihat bahwa unidimensionalitas dari variabel ketidakjelasan peran dan umpan balik perilaku diuji melalui teknik confirmatory faktor analysis. Tujuan dari uji teknik confirmatory faktor analysis adalah untuk mengetahui apakah dimensi-dimensi yang ada dapat menjelaskan atau mendefinisikan variabel tersebut.

Keterangan:

- x₁:** Kejelasan tanggung jawab
- x₂:** Kejelasan tujuan dan sasaran
- x₃:** Kejelasan harapan dari pihak lain
- x₇:** Pemberian informasi
- x₈:** Pemberian penghargaan
- x₉:** Pemberian sanksi

Terdapat dua uji dasar dalam *Confirmatory Factor Analysis*, yaitu uji kesesuaian model serta uji signifikansi bobot faktor sebagaimana yang dijelaskan dibawah ini.

1. Uji Kesesuaian Model-*Goodness of Fit Test*

Confirmatory Factor Analysis yang digunakan untuk menguji unidimensionalitas dari dimensi-dimensi yang menjelaskan konstruk laten diatas menunjukkan bahwa model ini dapat diterima. Hasil pengujian dapat dilihat pada Tabel 4.3 dibawah ini:

Tabel 4.3
Indeks Kesesuaian Model Analisis Konfirmatori Ketidakjelasan peran dan Umpan Balik perilaku

Goodness-Of-Fit Index	Cut-off Value	Hasil model	Keterangan
Chi-Square	$\leq 15,507$ X_2 dg $df=8$	11.171	Baik
Probabilitas	$\geq 0,05$	0.192	Baik
GFI	$\geq 0,90$	0.965	Baik
AGFI	$\geq 0,90$	0.907	Baik
TLI	$> 0,95$	0.958	Baik
CFI	$\geq 0,95$	0.978	Baik
RMSEA	$\leq 0,08$	0.063	Baik
CMIN/DF	$\leq 2,00$	1.167	Baik

Sumber: Data primer yang diolah

Dari hasil analisis faktor konfirmatori menunjukkan bahwa model dapat diterima dengan tingkat signifikansi probabilitas sebesar 0,192 menunjukkan bahwa hipotesa nol yang menyatakan bahwa tidak terdapat perbedaan antara matriks kovarians sampel dan matriks kovarians populasi yang diestimasi tidak dapat ditolak.

Dengan diterimanya hipotesa nol, dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak terdapat perbedaan antara matriks kovarians sampel dan matriks kovarians populasi yang diestimasi dan karena itu model ini dapat diterima. Indeks-indeks kesesuaian model lainnya seperti GFI (0,965), AGFI (0.907), TLI (0,958), CFI (0,978), RMSEA (0,063), dan CMIN/DF (1,396) memberikan konfirmasi yang cukup untuk dapat diterimanya hipotesis unidimensionalitas bahwa keempat variabel diatas dapat mencerminkan variabel laten yang dianalisis. Oleh karena itu model ini dapat diterima sehingga dapat dinyatakan bahwa terdapat dua konstruk yang berbeda dengan dimensi-dimensinya.

Rendahnya korelasi antar ketidakjelasan peran dan umpan balik menunjukkan bahwa masing-masing bersifat independen dan karena itu merupakan satu faktor independen yang terbentuk melalui dimensi-dimensinya masing-masing.

2. Uji Signifikansi Bobot Faktor

Digunakan untuk mengetahui apakah sebuah variabel dapat digunakan untuk mengkonfirmasi bahwa variabel itu dapat bersama-sama dengan variabel lainnya untuk menjelaskan sebuah variabel laten (Ferdinand; 2002, p. 168). Hal ini dapat dikaji dengan menggunakan dua tahapan analisis sebagai berikut.

a. Nilai Lambda atau *Factor Loading*

Nilai lambda yang disyaratkan adalah harus mencapai lebih besar atau sama dengan 0,40 (Ferdinand, 2002; p.168). Nilai lambda atau factor loading untuk variabel-variabel dari variabel laten ketidakjelasan peran dan umpan balik perilaku dapat dilihat pada Tabel 4.4 berikut :

Tabel 4.4
Standardized Regression Weight
Ketidakjelasan Peran dan Umpan Balik

Regression Weights

			Estimate	Std. Est.	S.E.	C.R.	P
X1	<--	Ketidakjelasan_Peran	1	0.752			
X2	<--	Ketidakjelasan_Peran	0.870	0.695	0.169	5.159	0
X3	<--	Ketidakjelasan_Peran	0.908	0.703	0.176	5.167	0
X9	<--	Umpan balik_Perilaku	1	0.675			0
X8	<--	Umpan balik_Perilaku	0.992	0.737	0.192	5.172	0
X7	<--	Umpan balik_Perilaku	1.237	0.741	0.239	5.170	0

Sumber: Data primer yang diolah

Factor loading untuk ketiga variabel yang menjelaskan ketidak jelasan peran adalah masing-masing sebesar 0,752; 0,695; dan 0,703, maka dapat

disimpulkan bahwa ketiga variabel ini secara bersama-sama menyajikan unidimensionalitas untuk variabel laten ketidakjelasan peran. Factor loading untuk ketiga variabel yang menjelaskan umpan balik perilaku adalah masing-masing sebesar 0,675; 0,737; dan 0,741, maka dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel ini secara bersama-sama menyajikan unidimensionalitas untuk variabel laten umpan balik perilaku.

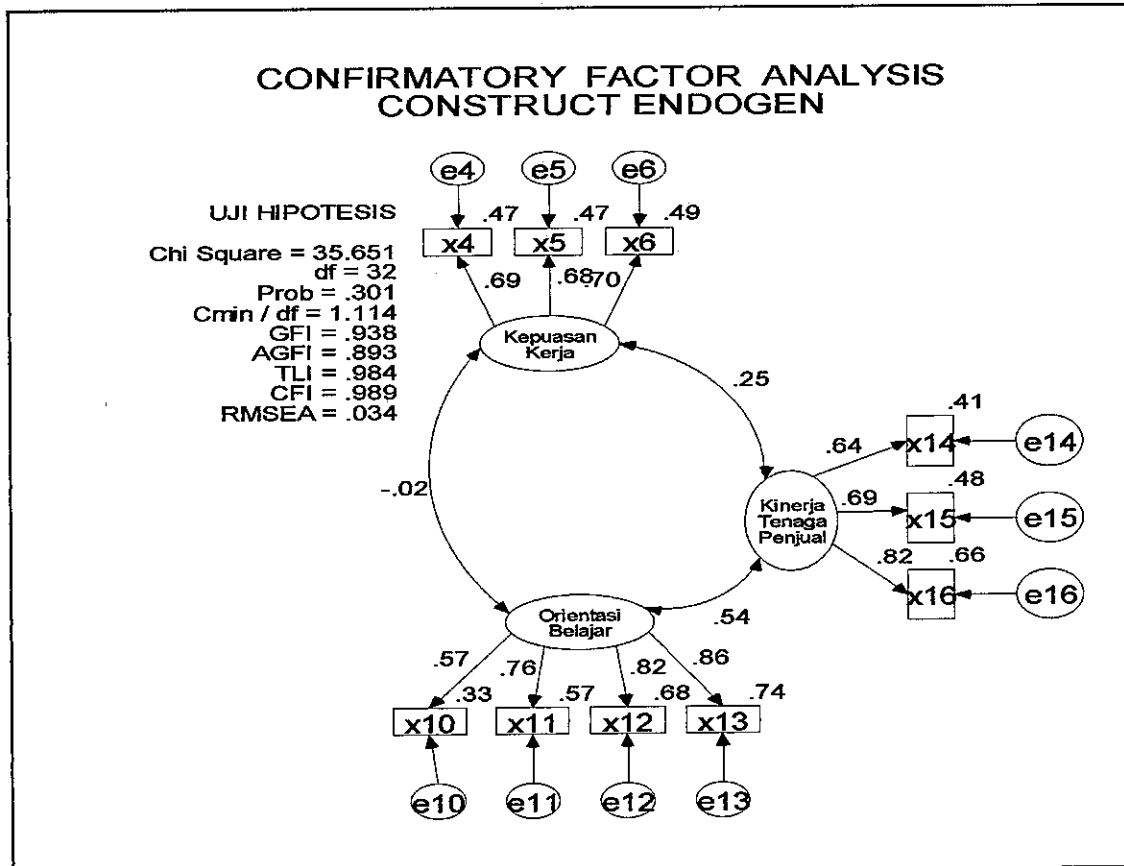
b. Bobot Faktor (*Regression Weight*)

Untuk mengetahui bagaimana kuatnya dimensi-dimensi itu membentuk faktor latennya dapat dianalisis dengan menggunakan uji-t terhadap *regression weight* yang dihasilkan oleh model seperti disajikan dalam Tabel 4.5. C.R atau *Critical Ratio* adalah identik dengan t-hitung dalam analisis regresi. Dari Tabel 4.4 diatas, tiap-tiap variabel memiliki nilai C.R yang sudah memenuhi syarat, yaitu memiliki nilai diatas 2,58. Oleh karena itu, C.R yang lebih besar dari 2,58 menunjukkan bahwa variabel-variabel itu secara signifikan merupakan dimensi dari variabel laten yang dibentuk.

4.3.1.2 Analisis Faktor Konfirmatori 2

Analisis faktor konfirmatori 2 meliputi variabel/konstruk endogen yang berupa : kepuasan kerja, orientasi belajar dan kinerja tenaga penjual. Hasil dari analisis ini dapat dilihat pada Gambar 4.3 berikut ini:

Gambar 4.3
Analisis Faktor Konfirmatori Kepuasan Kerja, Orientasi Belajar dan
Kinerja Tenaga Penjual



Sumber : data primer yang diolah

Dari gambar diatas dapat dilihat bahwa unidimensionalitas dari variabel kinerja tenaga penjual, orientasi belajar, dan kepuasan kerja diuji melalui teknik confirmatory faktor analysis. Tujuan dari uji teknik confirmatory faktor analysis adalah untuk mengetahui apakah dimensi-dimensi yang ada dapat menjelaskan atau mendefinisikan variabel eksogen.

Keterangan :

- x₄ : Reaksi emosional
- x₅ : Kesehatan fisik dan mental
- x₆ : Aktifitas lebih kooperatif
- x₁₀: Menganggap kesalahan adalah bagian dari proses belajar
- x₁₁: Selalu meningkatkan keahlian
- x₁₂: Belajar dari pengalaman
- x₁₃: Selalu mempelajari hal baru
- x₁₄: Kemampuan menjual dengan profit tinggi
- x₁₅: Kemampuan melampaui target penjualan
- x₁₆: Mampu memanfaatkan peluang yang ada

Terdapat dua uji dasar dalam *Confirmatory Factor Analysis* sebagaimana dijelaskan dibawah ini:

1. Uji Kesesuaian Model-*Goodness of Fit Test*

Confirmatory Factor Analysis yang digunakan untuk menguji unidimensionalitas dari dimensi-dimensi yang menjelaskan konstruk laten diatas menunjukkan bahwa model ini dapat diterima. Hasil pengujian dapat dilihat pada Tabel 4.5 dibawah ini :

Tabel 4.5
Indeks Kesesuaian Model Kepuasan Kerja, Orientasi Belajar dan
Kinerja Tenaga Penjual

Goodness-Of-Fit Index	Cut-off Value	Hasil model	Keterangan
Chi-Square	$\leq 46,194$ X^2 dg $df=32$	35.651	Baik
Probabilitas	$\geq 0,05$	0.301	Baik
GFI	$\geq 0,90$	0.938	Baik
AGFI	$\geq 0,90$	0.893	Marjinal
TLI	$\geq 0,95$	0.984	Baik
CFI	$\geq 0,95$	0.989	Baik
RMSEA	$\leq 0,08$	0.034	Baik
CMIN/DF	$\leq 2,00$	1.114	Baik

Sumber: Data primer yang diolah

Dari hasil analisis faktor konfirmatori menunjukkan bahwa model dapat diterima. Tingkat signifikansi probabilitas sebesar 0,301 menunjukkan bahwa hipotesa nol yang menyatakan bahwa tidak terdapat perbedaan antara matriks kovarians sampel dan matriks kovarians populasi yang diestimasi tidak dapat ditolak.

Dengan diterimanya hipotesa nol, dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak terdapat perbedaan antara matriks kovarians sampel dan matriks kovarians populasi yang diestimasi dan karena itu model ini dapat diterima. Indeks-indeks kesesuaian model lainnya seperti GFI (0,938), AGFI (0,893), TLI (0,984), CFI (0,989), RMSEA (0,034), dan CMIN/DF (1,114) memberikan konfirmasi yang cukup untuk dapat diterimanya hipotesis unidimensionalitas bahwa kedua variabel diatas dapat mencerminkan variabel laten yang dianalisis. Oleh karena itu, model ini dapat diterima sehingga dapat dinyatakan bahwa terdapat dua konstruk yang berbeda dengan dimensi-dimensinya.

2. Uji Signifikansi Bobot Faktor

Digunakan untuk mengetahui apakah sebuah variabel dapat digunakan untuk mengkonfirmasi bahwa variabel itu dapat bersama-sama dengan variabel lainnya untuk menjelaskan sebuah variabel laten. Hal ini dapat dikaji dengan menggunakan dua tahapan analisis sebagai berikut.

a. Nilai Lambda atau *Factor Loading*

Nilai lambda atau factor loading yang disyaratkan adalah harus mencapai lebih besar atau sama dengan 0,40. Factor loading untuk variabel-variabel dari variabel laten kinerja perilaku tenaga penjual dan kinerja hasil tenaga penjual dapat dilihat pada Tabel 4.6 berikut:

Tabel 4.6
Standardized Regression Weight Kepuasan Kerja, Orientasi Belajar dan Kinerja Tenaga Penjual

Regression Weights

			Estimate	Std. Est.	S.E.	C.R.	P
X4	<--	Kepuasan_Kerja	1	0.686			
X5	<--	Kepuasan_Kerja	1.175	0.682	0.250	4.710	0
X6	<--	Kepuasan_Kerja	1.234	0.701	0.262	4.717	0
X13	<--	Orientasi_Belajar	1	0.860			
X12	<--	Orientasi_Belajar	0.879	0.822	0.097	9.021	0
X11	<--	Orientasi_Belajar	0.736	0.758	0.089	8.243	0
X10	<--	Orientasi_Belajar	0.518	0.573	0.089	5.837	
X14	<--	Kinerja_Tenaga_Penjual	1	0.643			0
X16	<--	Kinerja_Tenaga_Penjual	1.128	0.815	0.205	5.511	0
X15	<--	Kinerja_Tenaga_Penjual	1.030	0.691	0.214	5.279	

Sumber: Data primer yang diolah

Factor loading untuk ketiga variabel yang menjelaskan kepuasan kerja adalah masing-masing sebesar 0,686; 0,682; dan 0,701, maka dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel ini secara bersama-sama menyajikan

unidimensionalitas untuk variabel laten kepuasan kerja. Factor loading untuk keempat variabel yang menjelaskan orientasi belajar adalah masing-masing sebesar 0,860; 0,822; 0,758; dan 0,573, maka dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel ini secara bersama-sama menyajikan unidimensionalitas untuk variabel laten orientasi belajar. Nilai lambda untuk ketiga variabel yang menjelaskan kinerja tenaga penjual adalah masing-masing sebesar 0,643; 0,815 dan 0,691, maka dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel ini secara bersama-sama menyajikan unidimensionalitas untuk variabel laten kinerja tenaga penjual.

b. Bobot Faktor (*Regression Weight*)

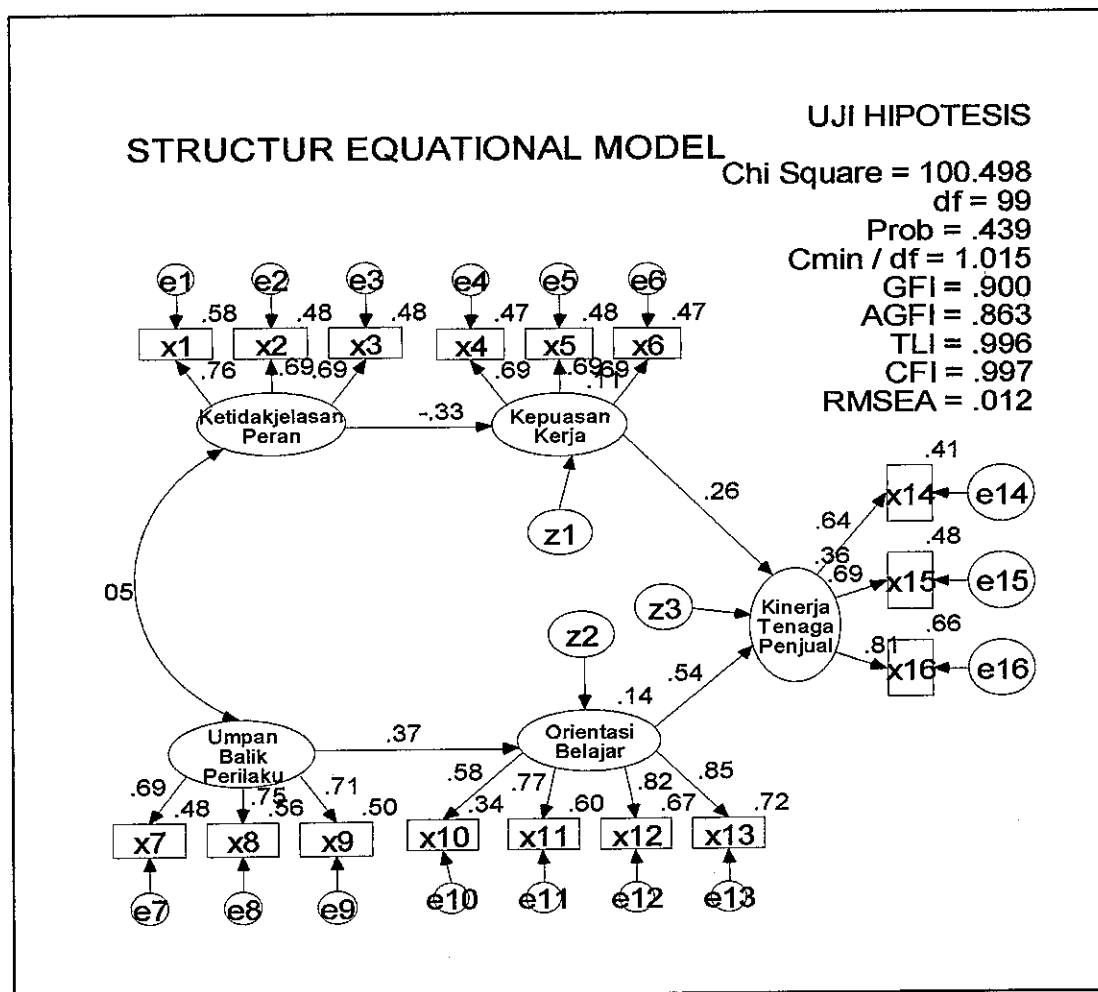
Untuk mengetahui bagaimana kuatnya dimensi-dimensi itu membentuk faktor latennya dapat dianalisis dengan menggunakan uji-t terhadap *regression weight* yang dihasilkan oleh model seperti disajikan dalam Tabel 4.7. C.R atau *Critical Ratio* adalah identik dengan t-hitung dalam analisis regresi. Dari Tabel 4.6 diatas, tiap-tiap variabel memiliki nilai C.R yang sudah memenuhi syarat, yaitu memiliki nilai diatas 2,58 dengan derajat kesalahan 5 %. Oleh karena itu, C.R yang lebih besar dari 2,58 menunjukkan bahwa variabel-variabel itu secara signifikan merupakan dimensi dari variabel laten yang dibentuk.

4.4.2. Model Persamaan Struktural (*Full Model*)

Setelah model pengukuran dianalisis melalui Confirmatory Factor Analysis dan dilihat bahwa masing-masing variabel dapat digunakan untuk

mendefinisikan sebuah konstruk laten, maka sebuah *full-model* SEM dapat dianalisis. Hasil pengolahan AMOS dapat dilihat pada Gambar 4.4 berikut:

Gambar 4.4
Structural Equation Model



Sumber : Data primer yang diolah

Gambar diatas digunakan untuk menguji model kausalitas yang telah dinyatakan sebelumnya. Melalui analisis Full Model akan terlihat ada tidaknya kesesuaian model dan hubungan kausalitas yang dibangun dalam model yang diuji.

UPT-POSTAK-UNDIP

Pengujian *Struktural Equation Model* juga dilakukan dengan dua macam pengujian, yaitu: uji kesesuaian model serta uji signifikansi kausalitas.

1. Uji Kesesuaian Model-*Goodness-of-fit Test*

Hasil uji kesesuaian model dapat dilihat pada Tabel 4.7 dibawah ini:

Tabel 4.7
Indeks Kesesuaian Model Struktural Equation Model

Goodness-Of-Fit Index	Cut-off Value	Hasil model	Keterangan
Chi-Square	$\leq 123,225$ X^2 dengan $df=99$	100.498	Baik
Probabilitas	$\geq 0,05$	0,439	Baik
GFI	$\geq 0,90$	0,900	Baik
AGFI	$\geq 0,90$	0,863	Marjinal
TLI	$\geq 0,95$	0,996	Baik
CFI	$\geq 0,95$	0,997	Baik
RMSEA	$\leq 0,08$	0,012	Baik
CMIN/DF	$\leq 2,00$	1,015	Baik

Sumber: Data primer yang diolah

Hasil pengujian kesesuaian model pada Tabel 4.8 diatas menunjukkan $X^2 = 100,498$ dengan signifikansi probabilitas sebesar 0,439. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis nol yang menyatakan bahwa tidak terdapat perbedaan antara matriks kovarians sampel dan matriks kovarians populasi yang diestimasi tidak dapat ditolak. Dengan diterimanya hipotesa nol, dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak terdapat perbedaan antara matriks kovarians sampel dan matriks kovarians populasi yang diestimasi dan karena itu model ini dapat diterima.

Indeks pengukuran kesesuaian model GFI (0,900), AGFI (0,863), TLI (0,996), CFI (0,997), RMSEA (0,012), dan CMIN/DF (1,015) berada dalam rentang nilai yang diharapkan.

2. Uji Kausalitas-Regression Weight

Menurut Ferdinand (2002, p. 172), untuk menguji hipotesis mengenai kausalitas yang dikembangkan dalam model, perlu diuji hipotesis nol yang menyatakan bahwa koefisien regresi antara hubungan adalah sama dengan nol melalui uji-t yang lazim dalam model-model regresi. Tabel 4.8 berikut menyajikan nilai-nilai koefisien regresi dan t-hitungnya (terlihat dalam kolom C.R./Critical Ratio)

Tabel 4.8
Standarized Regression Weight Structural Equation Model

Regression Weights			Estimate	StdEstimates	S.E.	C.R.	P
Kepuasan_Kerja	<--	Ketidakjelasan_Peran	-0.325	-0.335	0.137	-2.366	0.018
Orientasi_Belajar	<--	Umpan_Balik_Perilaku	0.592	0.370	0.204	2.894	0.004
Kinerja_Tenaga_Penjual	<--	Orientasi_Belajar	0.315	0.540	0.077	4.064	0.000
Kinerja_Tenaga_Penjual	<--	Kepuasan_Kerja	0.275	0.262	0.132	2.088	0.037
x1	<--	Ketidakjelasan_Peran	1.000	0.764			
x2	<--	Ketidakjelasan_Peran	0.851	0.690	0.162	5.264	0.000
x3	<--	Ketidakjelasan_Peran	0.884	0.694	0.168	5.272	0.000
x4	<--	Kepuasan_Kerja	1.000	0.686			
x5	<--	Kepuasan_Kerja	1.198	0.694	0.249	4.817	0.000
x6	<--	Kepuasan_Kerja	1.214	0.689	0.252	4.811	0.000
x9	<--	Umpan_Balik_Perilaku	1.000	0.707			
x8	<--	Umpan_Balik_Perilaku	0.964	0.750	0.180	5.358	0.000
x7	<--	Umpan_Balik_Perilaku	1.107	0.694	0.209	5.287	0.000
x13	<--	Orientasi_Belajar	1.000	0.849			
x12	<--	Orientasi_Belajar	0.887	0.819	0.099	8.929	0.000
x11	<--	Orientasi_Belajar	0.760	0.772	0.091	8.365	0.000
x10	<--	Orientasi_Belajar	0.530	0.580	0.090	5.884	0.000
x14	<--	Kinerja_Tenaga_Penjual	1.000	0.644			
x15	<--	Kinerja_Tenaga_Penjual	1.133	0.694	0.214	5.300	0.000
x16	<--	Kinerja_Tenaga_Penjual	1.123	0.813	0.203	5.531	0.000

Sumber : Data primer yang diolah

Pada Tabel 4.9 diatas, melalui pengamatan terhadap nilai C.R, terlihat bahwa semua koefisien regresi (yang terlihat dalam kolom C.R) tidak sama dengan nol, karena itu hipotesa nol bahwa koefisien regresi adalah sama dengan nol dapat ditolak, untuk menerima hipotesa alternatif bahwa masing-masing hipotesa mengenai hubungan kausalitas yang disajikan dalam model itu dapat diterima.

5. Kemungkinan munculnya masalah identifikasi

Dalam operasi AMOS, problem identifikasi akan diatasi langsung oleh program. Bila estimasi tidak dapat dilakukan, maka program akan memberikan pesan pada monitor komputer mengenai kemungkinan sebab-sebab mengapa program ini tidak dapat melakukan estimasi, sehingga peneliti dalam merencanakan tindakan perbaikan yang dimungkinkan. Dalam pemrosesan analisis model ini, diketahui bahwa besaran standard error, varians error serta korelasi antar koefisien estimasi berada dalam rentang nilai yang tidak mengindikasikan adanya problem identifikasi. Problem identifikasi dapat muncul melalui gejala-gejala berikut (Ferdinand, 2002 ; p. 50) :

1. Standard error untuk satu atau beberapa koefisien adalah sangat besar.
2. Program tidak mampu menghasilkan matrik informasi yang seharusnya disajikan.
3. Muncul angka-angka yang aneh seperti adanya varians error yang negatif.
4. Munculnya korelasi yang sangat tinggi antar koefisien estimasi yang didapat (misalnya lebih dari 0.9)

6. Evaluasi kriteria Goodness-of-fit

Pada langkah ini kesesuaian model dievaluasi melalui telaah terhadap berbagai kriteria *goodness-of-fit*. Untuk itu tindakan pertama yang dilakukan adalah mengevaluasi apakah data yang digunakan dapat memenuhi asumsi-asumsi SEM. Asumsi-asumsi yang harus dipenuhi dalam pengumpulan dan pengolahan data yang dianalisis dengan permodelan SEM adalah sebagai berikut:

4.4.3 Evaluasi Normalitas Data

Normalitas univariat dan multivariat terhadap data yang digunakan dalam analisis ini, tersaji dalam Tabel 4.9 berikut ini:

Tabel 4.9
PENILAIAN ATAS NORMALITAS DATA

Assessment of normality

	min	Max	Skew	c.r.	kurtosis	c.r.
x16	5	10	-0.390	-1.594	-0.509	-1.039
x15	5	10	-0.311	-1.268	-0.836	-1.706
x14	5	10	-0.342	-1.395	-0.789	-1.611
x10	5	10	-0.047	-0.193	-0.670	-1.367
x11	5	10	-0.503	-2.053	-0.662	-1.352
x12	5	10	-0.313	-1.278	-1.160	-2.368
x13	5	10	-0.486	-1.984	-0.982	-2.004
x7	5	10	-0.165	-0.673	-0.953	-1.945
x8	5	10	-0.392	-1.602	0.046	0.094
x9	5	10	-0.341	-1.390	-0.326	-0.666
x6	5	10	-0.301	-1.228	-0.702	-1.432
x5	5	10	-0.340	-1.387	-0.930	-1.897
x4	6	10	-0.080	-0.325	-0.954	-1.948
x3	1	5	0.027	0.111	-0.677	-1.382
x2	1	5	0.429	1.753	-0.445	-0.909
x1	1	5	0.321	1.311	-0.436	-0.890
Multivariate					12.256	2.553

Sumber : Data primer yang diolah

Untuk uji normalitas dilakukan dengan menggunakan kriteria *Critical Ratio* sebesar $\pm 2,58$, pada tingkat signifikansi 0,01 (1%) (Ferdinand; 2002, p. 174). Dari hasil uji normalitas baik univariat maupun multivariat dapat disimpulkan bahwa tidak ada bukti bahwa data yang digunakan mempunyai sebaran yang tidak normal.

4.4.4 Evaluasi Outliers

Outliers adalah observasi yang muncul dengan nilai-nilai ekstrim baik secara univariat maupun multivariat, yaitu yang muncul karena kombinasi karakteristik unik yang dimilikinya dan terlihat sangat jauh berbeda dari observasi-observasi lainnya (Ferdinand; 2002, p. 52). Evaluasi atas outliers univariat dan outliers multivariat disajikan pada bagian berikut ini:

4.4.4.1 Univariate Outliers

Dilakukan dengan menentukan nilai ambang batas yang akan dikategorikan sebagai outliers dengan cara mengkonversi nilai data penelitian ke dalam standard score (z-score), yang mempunyai rata-rata nol dengan standar deviasi sebesar satu. Untuk sampel besar (diatas 80), evaluasi dilakukan dengan menggunakan dasar bahwa observasi-observasi yang mempunyai z-score $\geq 3,0$ akan dikategorikan sebagai outliers (Ferdinand; 2002, p. 98). Hasil pengujian univariate outliers tersaji pada Tabel 4.10 berikut :

Tabel 4.10
Descriptive Statistics

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Zscore(X1)	100	-1.70395	2.00029	.0000000	1.0000000
Zscore(X2)	100	-1.89667	2.03425	.0000000	1.0000000
Zscore(X3)	100	-1.69514	2.11416	.0000000	1.0000000
Zscore(X4)	100	-1.77884	1.64200	.0000000	1.0000000
Zscore(X5)	100	-2.11133	1.50396	.0000000	1.0000000
Zscore(X6)	100	-2.16572	1.37304	.0000000	1.0000000
Zscore(X7)	100	-2.08989	1.39326	.0000000	1.0000000
Zscore(X8)	100	-2.69629	1.62469	.0000000	1.0000000
Zscore(X9)	100	-2.30109	1.62569	.0000000	1.0000000
Zscore(X10)	100	-2.30743	1.48769	.0000000	1.0000000
Zscore(X11)	100	-2.09530	1.43214	.0000000	1.0000000
Zscore(X12)	100	-2.00481	1.19776	.0000000	1.0000000
Zscore(X13)	100	-1.55736	1.09083	.0000000	1.0000000
Zscore(X14)	100	-2.14942	1.68883	.0000000	1.0000000
Zscore(X15)	100	-1.99325	1.65739	.0000000	1.0000000
Zscore(X16)	100	-2.43519	1.88252	.0000000	1.0000000
Valid N (listwise)	100				

Sumber: Data primer yang diolah

Nampak dalam Tabel 4.11 bahwa tidak ada nilai z-score yang lebih tinggi dari $\pm 3,0$. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak ada univariate outliers dalam data yang dianalisis ini.

4.4.4.2 Multivariate Outliers

Evaluasi terhadap multivariate outliers perlu dilakukan sebab walaupun data yang dianalisis menunjukkan tidak ada outliers pada tingkat univariat, tetapi observasi-observasi itu dapat menjadi outliers bila telah saling dikombinasikan.

Uji terhadap outliers multivariate dilakukan dengan menggunakan kriteria Jarak Mahalanobis pada tingkat $p < 0,001$. Jarak Mahalanobis itu

dievaluasi dengan menggunakan X^2 pada derajat bebas sebesar jumlah variabel yang digunakan dalam penelitian itu (Ferdinand; 2002, p. 103).

Dalam penelitian ini menggunakan 16 variabel . Oleh karena itu, semua kasus yang mempunyai Mahalanobis Distance yang lebih besar dari $X^2 (16, 0,001) = 39,252$ adalah outliers multivariate. Hasil pengujian outliers multivariate dapat dilihat pada Tabel 4.11 dibawah ini:

Tabel 4.11
Hasil Perhitungan Jarak Mahalanobis

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
60	31.899	0.010	0.645
11	30.983	0.014	0.392
13	30.535	0.015	0.201
12	29.633	0.020	0.141
54	29.387	0.021	0.065
22	28.417	0.028	0.064
93	27.120	0.040	0.108
28	26.620	0.046	0.089
20	26.614	0.046	0.041
19	26.279	0.050	0.029
92	24.838	0.073	0.111
39	23.988	0.090	0.185
15	23.799	0.094	0.144
89	23.537	0.100	0.125
98	22.718	0.121	0.230
55	21.704	0.153	0.465
42	21.677	0.154	0.369
62	21.168	0.172	0.459

Sumber: Data primer yang diolah

Dari Tabel 4.12 diatas tidak ditemukan data penelitian yang lebih besar dari 39,252. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pada data yang digunakan dalam penelitian ini tidak terdapat kasus yang dapat dikategorikan sebagai outliers multivariate.

4.4.5 Evaluasi Multicollinearity atau Singularity

Menurut Tabachnick dan Fidell (1998) dalam Ferdinand (2002, p. 108-109) Untuk melihat apakah terdapat multicollinearity atau singularity dalam sebuah kombinasi variabel, perlu mengamati determinan matriks kovarians. Determinan yang benar-benar kecil mengindikasikan adanya multikolinearitas atau singularitas, sehingga data tidak dapat digunakan untuk analisis yang sedang dilakukan. Dari hasil analisis diperoleh determinan dari matriks kovarians sampel sebagai berikut:

Determinant of sample covariance matrix = 7.0880e+000

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak ada multicollinearity atau singularity dalam data yang digunakan. Oleh karena itu data penelitian ini dapat digunakan dalam analisis.

4.4.7 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah ukuran mengenai konsistensi internal dari indikator-indikator sebuah konstruk yang menunjukkan derajat sampai dimana masing-masing indikator itu mengindikasikan sebuah konstruk/faktor laten yang umum. Dengan kata lain, bagaimana hal-hal yang spesifik saling membantu dalam menjelaskan sebuah fenomena yang umum (Ferdinand; 2002, p.62). Dalam uji reliabilitas ini digunakan dua alat uji, yakni *Composite Reliability* dan *Variance Extracted*.

4.4.7.1 *Composite Reliability*

Nilai batas yang digunakan untuk menilai sebuah tingkat reliabilitas yang dapat diterima adalah $\geq 0,70$, walaupun angka itu bukanlah sebuah ukuran yang “mati” (Ferdinand; 2002, p.63). *Composite Reliability* diperoleh melalui rumus berikut ini:

$$\text{Construct-Reliability} = \frac{(\sum \text{Std Loading})^2}{(\sum \text{Std Loading})^2 + \sum \varepsilon_j}$$

Keterangan:

Std Loading = standardized loading tiap indikator, yaitu nilai lambda
tiap Indikator

ε_j = measurement error tiap indikator/1-reliabilitas indikator

Hasil perhitungan dari jumlah *standardized loading* terlihat dalam Tabel 4.12 sebagai berikut:

Tabel 4.12
Hasil Perhitungan Jumlah Standardized Loading

Sum of standardized loading :

Variabel	Ketidakjelasan Peran	Kepuasan Kerja	Umpan Balik Perilaku	Orientasi Belajar	Kinerja Tenaga Penjual
	0.76	0.69	0.71	0.64	0.64
	0.69	0.69	0.75	0.69	0.64
	0.69	0.69	0.69	0.78	0.81
				0.58	
Jumlah	2.14	2.07	2.15	3.03	2.24

Sumber: Data primer yang diolah

Hasil perhitungan *standardized loading* yang dikuadratkan/reliabilitas indikator dapat dilihat pada Tabel 4.13

Tabel 4.13
Hasil Perhitungan Jumlah Squared Standardized Loading

Sum of squared standardized loadings

Variabel	Ketidajelasan Peran	Kepuasan Kerja	Umpan Balik Perilaku	Orientasi Belajar	Kinerja Tenaga Penjual
	0.5776	0.4761	0.5041	0.7225	0.4096
	0.4761	0.4761	0.5626	0.6724	0.4761
	0.4761	0.4761	0.4761	0.6084	0.6561
				0.3364	
Jumlah	1.5298	1.4283	1.5427	2.3397	1.5418

Sumber: Data primer yang diolah

Measurement error diperoleh dari perhitungan sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 \text{Measurement error} &= 1 - \text{reliabilitas indikator} \\
 &= 1 - 0,77^2 \\
 &= 1 - 0,5929 \text{ (Tabel 4.14)} \\
 &= 0,40 \text{ (Tabel 4.15)}
 \end{aligned}$$

Hasil perhitungan jumlah *measurement error* (1- reliabilitas indikator) dalam

Tabel 4.14 sebagai berikut:

Tabel 4.14
Hasil Perhitungan Jumlah Measurement Error

Sum of measurement error :

Variabel	Ketidajelasan Peran	Kepuasan Kerja	Umpan Balik Perilaku	Orientasi Belajar	Kinerja Tenaga Penjual
	0.42	0.52	0.49	0.28	0.59
	0.52	0.52	0.44	0.33	0.52
	0.52	0.52	0.52	0.39	0.34
Jumlah	1.46	1.56	1.45	1.66	1.45

Sumber: Data primer yang diolah

Hasil perhitungan dari *composite - reliability* sebagai berikut:

Ketidajelasan Peran	= $\frac{2,14^2}{2,14^2 + 1,46}$	= $\frac{4,4796}{6,0396}$
	= 0,758	
Kepuasan Kerja	= $\frac{2,07^2}{2,07^2 + 1,56}$	= $\frac{4,2849}{5,8449}$
	= 0,733	
Umpan Balik Perilaku	= $\frac{2,15^2}{2,15^2 + 1,45}$	= $\frac{4,6225}{6,0725}$
	= 0,7612	
Orientasi Belajar	= $\frac{3,03^2}{3,03^2 + 1,66}$	= $\frac{9,1089}{10,8409}$
	= 0,8468	
Kinerja Tenaga Penjual	= $\frac{2,14^2}{2,14^2 + 1,45}$	= $\frac{4,5796}{6,0296}$
	= 0,7595	

Berdasarkan hasil perhitungan *composite-reliability*, menunjukkan bahwa reliabilitas dari model penelitian ini $\geq 0,70$. Dengan demikian, model penelitian ini dapat diterima.

4.4.7.2 Variance Extracted

Menurut Ferdinand (2002, p. 63) nilai *variance extracted* yang tinggi menunjukkan bahwa indikator-indikator itu telah mewakili secara baik

konstruk laten yang dikembangkan. Nilai *variance extracted* ini direkomendasikan pada tingkat paling sedikit 0,50. *Variance extracted* diperoleh melalui rumus berikut ini:

$$Variance - Extracted = \frac{\Sigma Std Loading^2}{\Sigma Std Loading^2 + \Sigma \epsilon_j}$$

Keterangan:

Std Loading = standardized loading tiap indikator, yaitu nilai lambda tiap indikator

ϵ_j = measurement error tiap indikator/1-reliabilitas indikator

Untuk menghitung *variance extracted*, maka harus dihitung jumlah *standardized loading* yang dikuadratkan, seperti yang terlihat pada Tabel 4.13 diatas. Kemudian dihitung jumlah *measurement error*nya, seperti yang terlihat pada Tabel 4.14 diatas.

Hasil perhitungan dari *variance extracted* adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Ketidakjelasan Peran} &= \frac{1,5298}{1,5298 + 1,46} = \frac{1,5298}{2,9898} \\ &= 0,511 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Kepuasan Kerja} &= \frac{1,4283}{1,4283 + 1,56} = \frac{1,4283}{2,9883} \\ &= 0,501 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Umpan Balik Perilaku} &= \frac{1,5427}{1,5427 + 1,45} = \frac{1,5427}{2,9927} \\ &= 0,515 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Orientasi Belajar} &= \frac{2,3397}{2,3397 + 1,12} = \frac{2,3397}{3,9997} \\ &= 0,584 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Kinerja Tenaga Penjual} &= \frac{1,5418}{1,5418 + 1,45} = \frac{1,5418}{2,9918} \\ &= 0,515 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan *variance extracted*, menunjukkan bahwa hasil perhitungan memenuhi kriteria, yaitu $\geq 0,50$. Dengan demikian, model penelitian ini dapat diterima.

Secara keseluruhan hasil perhitungan dari *composite reliability* dan *variance extracted* dapat dilihat dalam Tabel 4.15 berikut ini:

Tabel 4.15
Hasil Perhitungan Composite Reliability dan Variance Extracted

Variabel	Composite Reliability	Variance extracted
Ketidajelasan Peran	0,758	0,511
Kepuasan Kerja	0,733	0,501
Umpan Balik Perilaku	0,761	0,515
Orientasi Belajar	0,846	0,584
Kinerja Tenaga Penjual	0,759	0,515

Sumber: Data primer yang diolah

4.4.8 Analisis atas Direct Effect, Indirect Effect, dan Total Effect

Tujuannya adalah untuk menganalisis kekuatan pengaruh antar konstruk yang terdiri dari: analisis pengaruh langsung, tidak langsung, maupun analisis pengaruh totalnya. Pengaruh langsung adalah koefisien dari semua garis dengan anak panah satu ujung. Pengaruh tidak langsung adalah pengaruh yang muncul melalui

sebuah variabel antara. Pengaruh total adalah pengaruh dari berbagai hubungan (Ferdinand; 2002, p. 179). Hasil pengujian pengaruh langsung dinyatakan dalam Tabel 4.16 berikut ini:

Tabel 4.16
Hasil Perhitungan Pengaruh Langsung

Standardized Direct Effects					
	Umpan_Ba	Ketidakj	Orientas	Kepuasan	Kinerja_
Orientasi	0.370	0.000	0.000	0.000	0.000
Kepuasan_	0.000	-0.335	0.000	0.000	0.000
Kinerja_T	0.000	0.000	0.540	0.262	0.000
x16	0.000	0.000	0.000	0.000	0.813
x15	0.000	0.000	0.000	0.000	0.694
x14	0.000	0.000	0.000	0.000	0.644
x10	0.000	0.000	0.580	0.000	0.000
x11	0.000	0.000	0.772	0.000	0.000
x12	0.000	0.000	0.819	0.000	0.000
x13	0.000	0.000	0.849	0.000	0.000
x7	0.694	0.000	0.000	0.000	0.000
x8	0.750	0.000	0.000	0.000	0.000
x9	0.707	0.000	0.000	0.000	0.000
x6	0.000	0.000	0.000	0.689	0.000
x5	0.000	0.000	0.000	0.694	0.000
x4	0.000	0.000	0.000	0.686	0.000
x3	0.000	0.694	0.000	0.000	0.000
x2	0.000	0.690	0.000	0.000	0.000
x1	0.000	0.764	0.000	0.000	0.000

Sumber: Data primer yang diolah

Tabel diatas menunjukkan bahwa terdapat pengaruh langsung dari umpan balik perilaku terhadap orientasi dengan nilai 0,592. Ketidakjelasan peran terhadap kepuasan kerja dengan nilai -0,325. Orientasi belajar dan kepuasan kerja terhadap kinerja tenaga penjual dengan masing-masing nilai 0,540 dan 0,262. Efek langsung dari variabel lainnya adalah *loading factor* atau nilai lambda dari masing-masing variabel indikator yang membentuk variabel laten yang dianalisis.

Selanjutnya, hasil pengujian pengaruh tidak langsung dinyatakan dalam Tabel 4.17 dibawah ini:

Tabel 4.17
Hasil Perhitungan Pengaruh Tidak Langsung

Standardized Total Effects					
	Umpan_Ba	Ketidakj	Orientas	Kepuasan	Kinerja_
Orientasi	0.370	0.000	0.000	0.000	0.000
Kepuasan	0.000	-0.335	0.000	0.000	0.000
Kinerja_T	0.200	-0.088	0.540	0.262	0.000
x16	0.162	-0.071	0.439	0.213	0.813
x15	0.138	-0.061	0.375	0.182	0.694
x14	0.129	-0.057	0.348	0.169	0.644
x10	0.214	0.000	0.580	0.000	0.000
x11	0.285	0.000	0.772	0.000	0.000
x12	0.303	0.000	0.819	0.000	0.000
x13	0.314	0.000	0.849	0.000	0.000
x7	0.694	0.000	0.000	0.000	0.000
x8	0.750	0.000	0.000	0.000	0.000
x9	0.707	0.000	0.000	0.000	0.000
x6	0.000	-0.230	0.000	0.689	0.000
x5	0.000	-0.232	0.000	0.694	0.000
x4	0.000	-0.229	0.000	0.686	0.000
x3	0.000	0.694	0.000	0.000	0.000
x2	0.000	0.690	0.000	0.000	0.000
x1	0.000	0.764	0.000	0.000	0.000

Sumber: Data primer yang diolah

Tabel diatas menunjukkan efek tidak langsung dari masing-masing konstruk terhadap konstruk tertentu. Pengaruh tidak langsung dari umpan balik perilaku terhadap orientasi belajar dengan nilai 0,37. Pengaruh tidak langsung ketidakjelasan peran terhadap kepuasan kerja dengan nilai -0,325. Pengaruh tidak langsung umpan balik perilaku, ketidak jelasan peran, orientasi belajar dan kepuasan kerja terhadap kinerja tenaga penjual dengan nilai masing-masing : 0,200; -0,088, 0,540; dan 0,262.

7. Interpretasi dan modifikasi model

Setelah estimasi model dilakukan, dapat dilakukan modifikasi terhadap model yang dikembangkan, bila ternyata estimasi tersebut memiliki tingkat prediksi tidak seperti yang diharapkan, yaitu bila terdapat residual yang besar. Namun, modifikasi hanya dapat dilakukan bila ada justifikasi teoritis yang cukup kuat. Oleh karena itu, untuk memberikan interpretasi apakah model berbasis teori yang diuji ini dapat diterima atau perlu pengembangan lebih lanjut, yaitu dengan mengamati besarnya residual yang dihasilkan. Untuk itu, *standardized residual matrix* perlu diamati untuk menguji apakah ada nilai residual yang lebih besar dari 2,58 (Ferdinand; 2002, p. 182). *Standardized residual covariance matrix* yang dihasilkan oleh data ini dapat dilihat pada tabel 4.19 di bawah ini :

Tabel 4.19
Nilai Standardized Residual Covariance

Standardized Residual Covariances							
	x16	x15	x14	x10	x11	x12	x13
x16	-0.015						
x15	0.021	-0.011					
x14	-0.056	-0.022	-0.009				
x10	-0.375	-0.373	-0.492	0.000			
x11	0.473	0.219	0.901	0.363	0.000		
x12	0.196	-0.074	1.144	-0.095	-0.462	0.000	
x13	-0.435	-0.634	-0.254	-0.183	0.084	0.212	-0.000
x7	-1.076	-0.259	-0.634	-0.727	-0.381	-1.210	-1.875
x8	-1.140	-0.088	-0.947	0.538	1.175	0.481	-0.476
x9	-0.498	0.851	-0.098	1.607	2.225	0.239	0.437
x6	0.302	-0.448	-0.990	-1.494	1.032	-0.933	-0.197
x5	0.605	1.201	0.454	-0.667	1.495	-0.450	0.275
x4	-0.838	-0.179	-1.381	-2.066	0.530	-1.025	0.007
x3	-0.441	0.539	0.182	0.133	-1.574	-0.892	-1.124
x2	-0.672	-1.114	-1.115	0.014	-1.457	-1.048	-1.353
x1	-0.032	0.151	-0.324	0.969	0.069	0.290	-0.087
	x7	x8	x9	x6	x5	x4	x3
x7	-0.000						
x8	0.238	0.000					
x9	0.064	-0.269	0.000				
x6	-0.272	-1.599	0.228	0.000			
x5	0.634	-0.899	0.063	-0.139	0.000		
x4	0.166	-1.339	0.368	0.237	-0.088	0.000	
x3	0.023	0.790	-1.392	0.723	0.166	-0.314	0.000
x2	-0.673	-0.201	-0.278	0.487	-0.298	0.184	0.063
x1	-0.468	1.304	0.168	-0.224	-0.467	0.015	-0.007
	x2	x1					
x2	0.000						
x1	-0.041	0.000					

Sumber: Data primer yang diolah

Dari Tabel 4.19 diatas, dapat dilihat bahwa nilai residual lebih kecil atau sama dengan $\pm 2,58$. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa model ini dapat diterima dan oleh karena itu tidak perlu dilakukan modifikasi terhadap model yang diuji ini.

4.5 Pengujian Hipotesis

4.5.1 Pengujian Hipotesis 1

H1: Semakin tinggi ketidakjelasan peran maka semakin rendah kepuasan kerja dari tenaga penjual

Pada pengujian hipotesis I digunakan taraf signifikansi sebesar 5%, hal tersebut digunakan karena nilai $C.R \geq -1,96$. Parameter estimasi antara variabel ketidakjelasan peran dengan kepuasan kerja dari tenaga penjual menunjukkan hasil yang signifikan dengan nilai $C.R. = -2,366$.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis I yang menyatakan semakin tinggi ketidakjelasan peran maka semakin rendah kepuasan kerja dari tenaga penjual dapat dibuktikan.

4.5.2 Pengujian Hipotesis 2

H2: Semakin tinggi kepuasan kerja maka akan semakin tinggi kinerja tenaga penjual

Pada pengujian hipotesis 2 digunakan taraf signifikansi sebesar 5%, hal tersebut digunakan karena nilai $C.R \geq 1,96$. Parameter estimasi antara variabel kepuasan kerja dengan kinerja tenaga penjual menunjukkan hasil yang signifikan dengan nilai $C.R. = 2,008$.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis 2 yang menyatakan Semakin tinggi kepuasan kerja maka akan semakin tinggi kinerja tenaga penjual dapat dibuktikan.

4.5.3 Pengujian Hipotesis 3

H3: Semakin tinggi umpan balik perilaku maka semakin tinggi orientasi belajar tenaga penjual

Pada pengujian hipotesis 3 digunakan taraf signifikansi sebesar 5%, hal tersebut digunakan karena nilai $C.R \geq 1,96$. Parameter estimasi antara umpan balik perilaku dengan orientasi belajar tenaga penjual menunjukkan hasil yang signifikan dengan nilai $C.R. = 2,894$.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis 3 yang menyatakan semakin tinggi umpan balik perilaku maka semakin tinggi orientasi belajar tenaga penjual dapat dibuktikan.

4.5.4 Pengujian Hipotesis 4

H4: Semakin tinggi orientasi belajar maka semakin tinggi kinerja tenaga penjual

Pada pengujian hipotesis 4 digunakan taraf signifikansi sebesar 5%, hal tersebut digunakan karena nilai $C.R \geq 1,96$. Parameter estimasi antara variabel orientasi belajar dengan kinerja tenaga penjual menunjukkan hasil yang signifikan dengan nilai $C.R. = 2,894$.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis 4 yang menyatakan semakin tinggi maka semakin tinggi kinerja tenaga penjual dapat dibuktikan.

Dari pengujian terhadap hipotesis yang diajukan pada penelitian ini maka hasil pengujian yang telah dilakukan dapat diperhatikan pada Tabel 4.20 dibawah ini:

Tabel 4.20
Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian

Hipotesis	Bunyi Hipotesis	Hasil Pengujian
H1	Semakin tinggi ketidakjelasan peran maka semakin rendah kepuasan kerja tenaga penjual	Diterima
H2	Semakin tinggi kepuasan kerja maka semakin tinggi kinerja tenaga penjual	Diterima
H3	Semakin tinggi umpan balik perilaku yang diterima maka semakin tinggi orientasi belajar tenaga penjual	Diterima
H4	Semakin tinggi orientasi belajar maka semakin tinggi kinerja tenaga penjual	Diterima

4.5 Kesimpulan Bab IV

Pada bab IV ini telah dilakukan analisis data dan pengujian terhadap lima hipotesis penelitian sesuai model teoritis yang telah diuraikan pada Bab II. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa semua hipotesis dapat dibuktikan. Model teoritis telah diuji dengan kriteria *goodness of fit* dan uji kausalitas (*regression weight*).

Selanjutnya uraian mengenai kesimpulan dan implikasi kebijakan atas diterimanya hipotesis-hipotesis tersebut diatas akan dijelaskan dalam Bab V.

BAB V

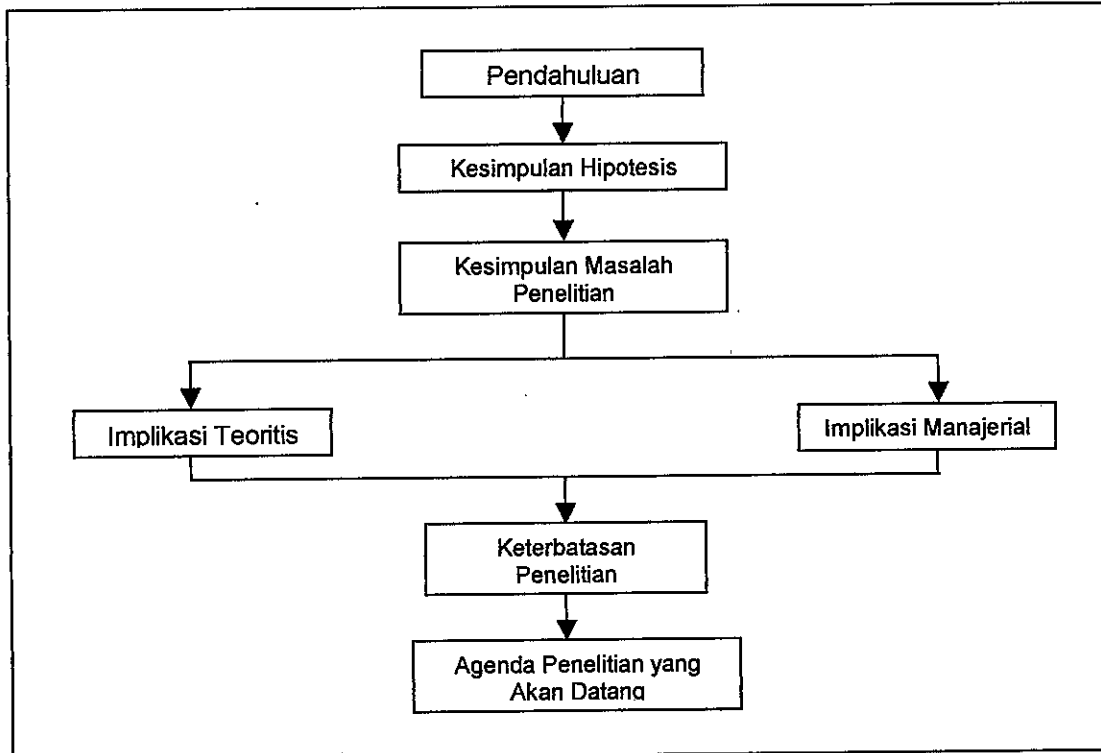
SIMPULAN DAN IMPLIKASI KEBIJAKAN

5.1 Pendahuluan

Penelitian ini menyangkut studi tentang faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kinerja tenaga penjual pada perusahaan Pedagang Besar Farmasi (PBF) di kota Semarang. Setelah dilakukan pengumpulan data dilakukan, maka dilanjutkan dengan pengolahan, dan analisis data. Kesimpulan diambil atas hipotesis yang dibuktikan, masalah penelitian, implikasi teoritis, implikasi kebijakan manajemen, keterbatasan penelitian, dan agenda penelitian yang akan datang.

Garis besar Bab V terlihat pada Gambar 5.1 dibawah ini :

Gambar 5.1
Garis Besar Bab V



Kinerja tenaga penjual adalah suatu tingkat dimana tenaga penjual dapat mencapai target yang telah dibebankan (oleh perusahaannya) kepada dirinya. Kinerja tenaga penjual adalah suatu tingkat dimana tenaga penjual dapat melakukan tugas ataupun pekerjaannya dengan baik dan bertanggung jawab secara efektif (Challaggalla dan Shervani 1996, p. 95).

Ketidaktejelasan peran dapat didefinisikan sebagai ketidakteberadaan informasi yang memadai yang diperlukan oleh seseorang agar dia dapat menyelesaikan perannya secara optimal (Purwanto dan Nasir, 2001, p. 17). Sehingga seorang tenaga penjual yang mengalami ketidaktejelasan peran akan merasakan kebimbangan dalam melaksanakan tugas-tugas yang dibebankan kepadanya.

Menurut pendapat dari McCormic (1980) yang dikutip oleh Purwanto dan Nasir (2001, p. 14), kepuasan kerja merupakan sikap khusus yang dimiliki oleh anggota organisasi atau pekerja pada suatu perusahaan, maka kepuasan kerja seseorang mencerminkan sikap seseorang terhadap pekerjaannya.

Salah satu aktifitas yang harus dilakukan *supervisor* dalam melakukan pengendalian perilaku tenaga penjual adalah dengan memberikan umpan balik yang berfungsi untuk memberikan kejelasan pada tenaga penjual mengenai perilaku apa yang diharapkan dan bagaimana perilaku tersebut dilakukan (Jaworski dan Kohli, 1991, p. 193).

Umpan balik yang diberikan oleh supervisor pada kinerja tenaga pemasaran akan mempengaruhi orientasi belajar dari seorang tenaga penjual. Umpan balik juga merupakan penilaian supervisor terhadap hasil dan perilaku tenaga penjual (Jaworski dan Koli, 1991, p. 91).

Berdasarkan telaah pustaka yang diuraikan dalam bab II, dikembangkan 4 hipotesis terkkait dengan masalah penelitian yaitu :

- Adanya pengaruh ketidakjelasan peran terhadap kepuasan kerja tenaga penjual
- Adanya pengaruh kepuasan kerja terhadap kinerja tenaga penjual
- Adanya pengaruh umpan balik perilaku terhadap orientasi belajar
- Adanya pengaruh orientasi belajar terhadap kinerja tenaga penjual

Selanjutnya, untuk menguji hipotesis-hipotesis yang telah diajukan pada Bab II, maka pada Bab III dijelaskan metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini. Objek penelitiannya adalah perusahaan Pedagang Besar Farmasi (PBF) di kota Semarang. Sampel diambil sebanyak 100 orang yang ditetapkan sebagai responden setelah memenuhi kriteria-kriteria seperti yang telah diuraikan pada Bab III. Metode analisis yang digunakan adalah SEM (*Structural Equation Model*) dari paket program AMOS.

Pada Bab IV telah dijelaskan mengenai analisis data, dimana teknik analisis SEM telah digunakan untuk menguji empat hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini. Model yang digunakan dapat diterima setelah memenuhi asumsi-asumsi yang ditetapkan, yaitu: uji normalitas dengan kriteria C.R. $\pm 2,58$, uji outlier univariate dengan kriteria z-score $\leq 3,0$, uji outlier multivariate dengan kriteria $X^2 (16, 0,001) \leq 39,252$, uji multikolinearitas atau singularitas dengan nilai $7.0880e+000$ yang merupakan angka yang jauh dari nol, uji reliabilitas dengan kriteria $\geq 0,70$ dan kriteria *variance extracted* pada tingkat paling sedikit 0,50.

Analisis faktor konfirmatori telah dilakukan, diikuti dengan analisis SEM pada keseluruhan model (*full model*). *Full model* terdiri dari 16 *observed variables* atau indikator dan lima *latent variables*, dimana pengujian yang dilakukan telah memenuhi kriteria *goodness of fit*, diantaranya: Chi-square (X^2) = 100,498 dengan signifikansi probabilitas sebesar 0,439, GFI (0,900), AGFI (0,863), TLI (0,996), CFI (0,997), RMSEA (0,012), CMIN/DF (1,015). Berdasarkan hasil analisis data, dapat disimpulkan bahwa kelima hipotesis yang diajukan dapat diterima.

5.2 Kesimpulan Hipotesis

Penelitian ini mengajukan empat hipotesis, dimana pada Bab IV, hipotesis-hipotesis tersebut dianalisis dan diuji berdasarkan data yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada responden. Berikut ini akan dibahas secara terperinci masing-masing simpulan hipotesis dibawah ini:

5.2.1 Simpulan Hipotesis 1

Hipotesis 1 : Semakin tinggi ketidakjelasan peran maka semakin rendah kepuasan kerja dari tenaga penjual.

Purwanto dan Nasir (2001, p. 17) menyatakan faktor-faktor yang berhubungan dengan ketidakjelasan peran meliputi : kondisi arus kerja, pelanggaran dalam rantai komando, dan kecukupan komunikasi. Tanpa aturan yang jelas dan masukan dari lingkungan ataupun atasan, ketidakjelasan peran yang dihadapi akan semakin meningkat, sehingga mengakibatkan. Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa akibat dari rendahnya ketidak jelasan peran akan mengganggu pencapaian sasaran. Sehingga

Vande Walle dan Cummings (1997, p.391) menegaskan bahwa, kejelasan peran merupakan merupakan syarat penting untuk melakukan dan melaksanakan tugas-tugas yang dibebankan kepada seorang tenaga penjual.

Setelah dilakukan pengujian terhadap hipotesis 1, terbukti bahwa ketidakjelasan peran berpengaruh negatif terhadap kepuasan kerja tenaga penjual. Kejelasan tanggung jawab adalah indikator terbesar dalam ketidakjelasan peran.

5.2.2 Kesimpulan Hipotesis 2

Hipotesis 2 : Semakin tinggi kepuasan kerja maka akan semakin tinggi pula kinerja dari tenaga penjual.

Dari hasil penelitian yang dilakukakan oleh Brown dan Peterson (1994, p. 77), menyatakan bahwa kepuasan kerja mempengaruhi kinerja. Hal itu disebabkan karena usaha akan berpengaruh dan dapat meningkatkan kepuasan kerja. Dan juga dapat dipergunakan untuk memperoleh hasil kinerja yang memuaskan. Usaha secara positif berpengaruh pada kepuasan , dan secara positif pula berpengaruh pada kepuasan kerja yang dipengaruhi oleh kinerja.

Dari hasil pengujian terhadap hipotesis 2 yang telah dilakukan, terbukti bahwa kepuasan kerja merupakan faktor yang mempengaruhi kinerja tenaga penjual. Kesehatan fisik dan mental merupakan indikator terbesar dalam kepuasan kerja tenaga penjual.. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa kepuasan kerja merupakan faktor yang berperan penting dalam meningkatkan kinerja tenaga penjual pada perusahaan Pedagang Besar Farmasi di kota Semarang.

UPT-PUSTAK-UNDIP

5.2.3 Simpulan Hipotesis 3

Hipotesis 3 : Semakin tinggi umpan balik perilaku yang diterima maka semakin tinggi orientasi belajar dari tenaga penjual.

Umpan balik yang diberikan oleh supervisor pada kinerja tenaga pemasaran akan mempengaruhi orientasi belajar dari seorang tenaga penjual. Umpan balik juga merupakan penilaian supervisor terhadap hasil dan perilaku tenaga penjual (Jaworski dan Koli, 1991, p. 91). Bentuk dari umpan balik yang diperoleh tenaga penjual ada beberapa, misalkan : pemberian informasi, pemberian penghargaan (dalam berbagai bentuk seperti material maupun non material), atau bahkan peringatan (Challaggalla dan Shervani, 1996, p. 90).

Setelah dilakukan pengujian terhadap hipotesis 3, terbukti bahwa umpan balik perilaku positif terhadap orientasi belajar tenaga penjual, dimana pemberian penghargaan mempunyai peranan penting dalam membentuk umpan balik perilaku. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa umpan balik perilaku berperan penting dalam upaya meningkatkan orientasi belajar tenaga penjual pada perusahaan Pedagang Besar Farmasi di kota Semarang.

5.2.4 Simpulan Hipotesis 4

Hipotesis 4 : Semakin tinggi orientasi belajar maka semakin tinggi kinerja dari tenaga penjual.

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa orientasi belajar dapat digunakan untuk meningkatkan dan mendorong tenaga penjual untuk dapat bekerja dengan lebih keras. Tenaga penjual yang berorientasi belajar juga akan cenderung lebih mudah dalam

beradaptasi dan merespon situasi pekerjaan (penjualan) yang dihadapi, sehingga tenaga penjual tersebut mampu untuk meningkatkan kinerjanya. Sehingga, menurut Sujana, Weitz dan Nirmalaya Kumar (1994, p. 40), umpan balik akan memperbesar kinerja tenaga penjual.

Pengujian terhadap hipotesis 4 membuktikan bahwa orientasi belajar merupakan variabel yang berpengaruh positif terhadap kinerja tenaga penjual, dimana selalu mempelajari hal baru memberikan sumbangan terbesar dalam membentuk orientasi belajar. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa orientasi belajar berperan dalam upaya perusahaan untuk meningkatkan kinerja tenaga penjual pada Perusahaan Pedagang Besar Farmasi di kota Semarang.

5.3 Simpulan Masalah Penelitian

Penelitian ini disusun sebagai usaha untuk melakukan pengujian terhadap beberapa konsep mengenai variabel-variabel yang mempengaruhi kinerja tenaga penjual. Sesuai dengan penjelasan sebelumnya yang terdapat pada bab I, mengemukakan adanya *research gap* dalam penelitian Purwanto dan Nasir (2001) yang menjadi dasar penelitian ini, permasalahan penelitian yang terdapat dalam penelitian ini adalah : *Bagaimana Faktor-faktor apasajakah yang berpengaruh terhadap kinerja dari tenaga penjual pada Pedagang Besar Farmasi di Kota Semarang.*

Pengujian terhadap data penelitian dengan menggunakan teknik analisis SEM dapat membuktikan bahwa hipotesis-hipotesis yang telah diajukan dapat diterima. Analisis data yang dilakukan memberikan hasil bahwa ketidakjelasan peran, kepuasan kerja, umpan balik perilaku dan orientasi belajar mempengaruhi kinerja tenaga penjual

pada perusahaan Pedagang Besar Farmasi di kota Semarang. Orientasi belajar mempunyai pengaruh yang paling besar terhadap kinerja tenaga penjual.

Berdasarkan hal-hal tersebut diatas, maka dapat dikembangkan beberapa pernyataan yang didukung oleh bukti-bukti empirik yang terdapat dalam penelitian ini, yaitu :

1. Ketidakefektifan peran berpengaruh negatif terhadap kepuasan kerja tenaga penjual pada Pedagang Besar Farmasi di kota Semarang.
2. Kepuasan kerja berpengaruh positif terhadap kinerja tenaga penjual pada Pedagang Besar Farmasi di kota Semarang.
3. Umpan balik perilaku berpengaruh positif terhadap orientasi belajar tenaga penjual pada Pedagang Besar Farmasi di kota Semarang.
4. Orientasi belajar berpengaruh positif terhadap r kinerja tenaga penjual pada Pedagang Besar Farmasi di kota Semarang.

5.4 Implikasi Teoritis

Literatur-literatur yang menjelaskan tentang faktor-faktor ketidakjelasan peran, kepuasan kerja, umpan balik perilaku dan orientasi belajar terhadap kinerja tenaga penjual perusahaan telah di perkuat oleh konsep-konsep teoritis. Dalam penelitian ini ada beberapa hal penting sebagai berikut :

1. Ketidakjelasan peran berpengaruh negatif terhadap kepuasan kerja. Hal tersebut secara empiris memperkuat penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ashford, Lee dan Bobko (1989).

2. Kepuasan kerja mempengaruhi kinerja tenaga penjual. Sehingga semakin tinggi kepuasan kerja, semakin tinggi pula kinerja dari tenaga penjual. Hal tersebut secara empiris memperkuat penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Purwanto dan Nasir (2001).
3. Umpan balik perilaku mempengaruhi orientasi belajar. Sehingga dapat dikatakan semakin tinggi umpan balik perilaku maka akan semakin tinggi pula orientasi belajar tenaga penjual. Hal tersebut secara empiris memperkuat penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Jaworski dan Koli (1991).
4. Orientasi belajar mempengaruhi kinerja tenaga penjual. Semakin tinggi orientasi belajarnya maka akan semakin tinggi pula kinerja dari tenaga penjual. Hal tersebut secara empiris memperkuat penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sujan, Weitz dan Nirmalaya Kumar (1994).
5. Secara keseluruhan orientasi belajar, umpan balik perilaku, kepuasan kerja dan ketidakjelasan peran akan mempengaruhi kinerja dari tenaga penjual.

Berdasarkan uraian diatas, secara ringkas implikasi teoritis dalam penelitian ini disajikan dalam Tabel 5.1 berikut ini:

Tabel 5.1
Implikasi Teoritis

Hasil Penelitian Terdahulu	Hasil Penelitian Ini	Implikasi Teoritis
Studi yang dilakukan oleh Ashford, Lee dan Bobko (1989) menyebutkan bahwa ketidakjelasan peran mengganggu pekerja dalam melaksanakan tugasnya, sehingga hal tersebut dapat menimbulkan ketidakpuasan kerja.	Hasil penelitian ini membuktikan bahwa ketidakjelasan peran berpengaruh negatif terhadap kepuasan kerja tenaga penjual pada perusahaan pedagang besar farmasi di kota Semarang	Penelitian ini memperkuat penelitian oleh Ashford, Lee dan Bobko (1989) bahwa ketidakjelasan peran berpengaruh negatif terhadap kepuasan kerja tenaga penjual .
Penelitian Purwanto dan Nasir (2001), kepuasan kerja dapat meningkatkan kinerja dari karyawan atau tenaga penjual secara keseluruhan.	Hasil penelitian ini membuktikan bahwa kepuasan kerja berpengaruh terhadap kinerja tenaga penjual pada perusahaan pedagang besar farmasi di kota Semarang	Penelitian ini mendukung penelitian Purwanto dan Nasir (2001) bahwa kepuasan kerja mempengaruhi kinerja tenaga penjual
Penelitian Jaworski dan Koli (1991) menyatakan umpan balik perilaku yang diberikan oleh supervisor pada tenaga pemasaran akan mempengaruhi orientasi belajar dari seorang tenaga penjual. Umpan balik juga merupakan penilaian supervisor terhadap hasil dan perilaku tenaga penjual	Hasil penelitian ini membuktikan bahwa umpan balik perilaku yang diberikan oleh supervisor pada tenaga pemasaran akan mempengaruhi orientasi belajar tenaga penjual pada perusahaan pedagang besar farmasi di kota Semarang	Penelitian ini mendukung penelitian Jaworski dan Koli (1991) bahwa umpan balik perilaku mempengaruhi orientasi belajar tenaga penjual
Penelitian Sujan, Weitz dan Nirmalaya Kumar (1994), menyatakan bahwa orientasi belajar akan memperbesar kinerja tenaga penjual.	Hasil penelitian ini membuktikan bahwa orientasi belajar akan memperbesar kinerja tenaga penjual pada perusahaan pedagang besar farmasi di kota Semarang	Penelitian ini mendukung penelitian Sujan, Weitz dan Nirmalaya Kumar (1994) bahwa orientasi belajar mempengaruhi kinerja tenaga penjual

Sumber: Dikembangkan dalam penelitian ini

5.5 Implikasi Kebijakan Manajemen

Dari hasil analisis data dalam penelitian ini diperoleh bukti empiris bahwa ketidakjelasan peran, kepuasan kerja, umpan balik perilaku dan orientasi belajar

berpengaruh terhadap kinerja dari tenaga penjual.

Hasil penelitian tersebut di atas, dapat dijadikan dasar bagi pihak manajemen untuk menyusun strategi untuk meningkatkan kinerja tenaga penjual, yang selanjutnya diharapkan dapat meningkatkan profit dari perusahaan.

Beberapa implikasi kebijakan manajemen yang dapat dikemukakan berdasarkan atas hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Dari hasil penelitian ini, tenaga penjual yang selalu mempelajari hal-hal baru menunjukkan kinerja yang baik. Untuk itu, langkah yang tepat bagi perusahaan yang ingin meningkatkan kinerja tenaga penjualnya adalah dengan jalan memberikan kesempatan sebesar besarnya kepada tenaga penjualnya untuk dapat mempelajari hal-hal baru. Misalnya adalah dengan memberikan gambaran yang jelas dan benar tentang kultur budaya dari daerah yang sedang atau akan *discover* oleh tenaga penjual tersebut. Manajer penjualan juga harus memberikan petunjuk/arahan pada tenaga penjual mengenai bagaimana cara membangun hubungan yang efektif dengan pelanggan. Selain itu, manajer juga sebaiknya memberikan bimbingan mengenai bagaimana melakukan presentasi yang efektif dan mempertahankan pelanggan.
2. Indikator umpan balik perilaku yang terbesar adalah pemberian penghargaan. Jadi pihak perusahaan pedagang besar farmasi harus pandai dalam memberikan penghargaan terhadap tenaga penjualnya. Penghargaan tersebut bukan hanya berupa material saja tetapi juga berupa pujian atau bentuk-bentuk penghargaan lainnya. Dengan demikian, tenaga penjual akan merasa lebih dihargai dan kondisi seperti ini akan berpengaruh baik pada perusahaan.

3. Salah satu faktor yang paling berpengaruh terhadap kinerja tenaga penjual adalah kesehatan fisik dan mental dari tenaga penjual. Untuk meningkatkan kinerja tenaga penjual pada perusahaan Pedagang Besar Farmasi di kota Semarang, manajer penjualan harus memperhatikan dengan benar kesehatan dari tenaga penjual. Hal-hal yang dapat dilakukan diantaranya : memberikan jaminan atau asuransi kesehatan kepada tenaga penjual beserta keluarganya dan jaminan keamanan kerja.
4. Perusahaan pedagang besar farmasi hendaknya tetap memperhatikan faktor ketidakjelasan peran dari para tenaga penjualnya. Hal tersebut dikarenakan ketidakjelasan peran yang dialami oleh tenaga penjual akan menurunkan kepuasan kerja dari tenaga penjual. Agar tenaga penjual dapat mengerti sepenuhnya tanggung jawab, tujuan dan sasaran serta harapan dari perusahaan, maka pihak perusahaan harus sering melakukan komunikasi dengan tenaga penjual, misalnya dengan mengadakan pertemuan secara rutin. Hal tersebut bermanfaat untuk mengingatkan tanggung jawab, tujuan dan sasaran serta harapan dari perusahaan kepada tenaga penjual.

Berdasarkan uraian diatas, secara ringkas implikasi kebijakan manajemen dalam penelitian ini disajikan dalam Tabel 5.2 berikut ini:

Tabel 5.2
Implikasi Kebijakan Manajemen

Hasil Penelitian Ini	Implikasi Kebijakan Manajemen
Orientasi belajar mempengaruhi kinerja tenaga penjual	Pihak perusahaan Pedagang Besar Farmasi/ manajer penjualan hendaknya selalu memberikan gambaran yang jelas dan benar tentang kultur budaya dari daerah yang sedang atau akan <i>discover</i> oleh tenaga penjual tersebut, memberikan petunjuk ataupun arahan pada tenaga penjual mengenai bagaimana cara membangun hubungan

Hasil Penelitian Ini	Implikasi Kebijakan Manajemen
	yang efektif dengan pelanggan, memberikan bimbingan mengenai bagaimana melakukan presentasi yang efektif dan mempertahankan pelanggan.
Umpan balik perilaku mempengaruhi orientasi belajar tenaga penjual	Pihak perusahaan Pedagang Besar Farmasi harus pandai dalam memberikan penghargaan terhadap tenaga penjualnya. Penghargaan tersebut bukan hanya berupa material saja tetapi juga berupa pujian atau bentuk-bentuk penghargaan lainnya. Dengan demikian, tenaga penjual akan merasa lebih dihargai dan kondisi seperti ini akan berpengaruh baik pada perusahaan.
Kepuasan kerja mempengaruhi kinerja tenaga penjual	Pihak perusahaan Pedagang Besar Farmasi harus mampu memenuhi hal-hal yang berpengaruh terhadap kepuasan kerja, misalnya : memberikan jaminan/asuransi kesehatan bagi tenaga penjual beserta keluarganya dan jaminan keamanan kerja.
Ketidak jelasan peran mempengaruhi kepuasan kerja tenaga penjual.	Pihak perusahaan pedagang besar farmasi/manajer penjualan hendaknya memperhatikan faktor ketidakjelasan peran dari para tenaga penjualnya. Agar tenaga penjual dapat mengerti sepenuhnya tanggung jawab, tujuan dan sasaran serta harapan dari perusahaan, dengan cara mengadakan pertemuan secara rutin dan kontinyu yang bertujuan untuk mengingatkan tanggung jawab, tujuan dan sasaran serta harapan dari perusahaan kepada tenaga penjual.

Sumber: Dikembangkan dalam penelitian ini

5.6 Keterbatasan Penelitian

Dari hasil pembahasan tesis ini, dengan melihat latar belakang penelitian, justifikasi teoritis, dan metode penelitian, maka dapat disampaikan beberapa keterbatasan dari penelitian ini, keterbatasan tersebut antara lain adalah sebagai berikut :

1. Secara umum objek penelitian ini terbatas hanya pada perusahaan Pedagang Besar Farmasi (PBF) dan wilayah penelitian terbatas hanya meliputi wilayah kota Semarang

saja, sehingga kesimpulan pada penelitian ini belum bisa digunakan untuk menggambarkan tenaga penjual secara umum.

2. Variabel laten yang digunakan dalam penelitian ini terbatas, yaitu hanya menggunakan 5 variabel laten saja, yaitu : ketidakjelasan peran, kepuasan kerja, umpan balik perilaku dan orientasi belajar yang mempengaruhi kinerja tenaga penjual, sehingga perlu ditambahkan beberapa variabel laten lagi seperti misalnya : konflik peran seperti tercantum dalam penelitian yang dilakukan oleh Brown dan Peterson (1994) dan juga Purwanto dan Nasir (2001), serta usaha dari tenaga penjual (Brown dan Peterson, 1994).

5.7 Agenda Penelitian Mendatang

Berdasarkan keterbatasan-keterbatasan yang terdapat dalam penelitian ini, maka dapat dirumuskan beberapa arahan untuk agenda penelitian yang akan datang berikut ini, antara lain :

1. Penelitian yang sama dapat dilakukan pada perusahaan lain, misalnya pada perusahaan jasa, otomotive, advertising, asuransi, makanan, dll. Hal tersebut perlu dilakukan agar memperoleh hasil penelitian yang dapat digunakan pada tenaga penjual secara lebih luas.
2. Penelitian yang sama juga dapat dilakukan pada tingkat *supervisor* ataupun juga pada beberapa level manajer penjualan untuk mengetahui kinerja dari supervisor dan manajer penjualan.
3. Dengan mempertimbangkan terdapat banyaknya faktor atau konstruk selain konstruk dalam penelitian ini, maka dapat ditambahkan faktor lain, misalnya : faktor konflik

peran seperti tercantum dalam penelitian yang dilakukan oleh Brown dan Peterson (1994) dan juga Purwanto dan Nasir (2001), dan juga faktor usaha dari tenaga penjual (Brown dan Peterson, 1994).

REFERENSI

- Ali, Lukman., dkk. 1995. **Kamus Besar Bahasa Indonesia**, Edisi III, Penerbit Balai Pustaka, Jakarta
- Ashford, S, J., Lee, C., Bobko, P., (1989), "*Content, Causes, and Consequences of Job Insecurity : A Theory – Based Measure and Substantive Test*", **Academy of Management Journal**
- Brown, P, Steven., and Robert, A, Peterson, (1994), "*The Effect of Effort on Sales Pervormance and Job Satisfaction* ", **Jouranal of Marketing**, April
- Challagalla, Goutam. N., Tasadduq A. Shervani., (1996)., "*Dimension and Types of Supervisory Control : Effects on Salesperson Performance and Satisfaction*"., **Journal Of Marketing**, Vol. 60
- Cooper, Donald R., dan C. William Emory, (1998), **Metode Penelitian Bisnis**, Penerbit Erlangga
- Davis, Keith and John W. Newston, (1994)., **Perilaku Dalam Organisasi.**, Edisi ke-7, Penerbit Erlangga, Jakarta
- Dubinsky, J, Alan., Michaeles, E, Ronald., Kotabe, M., Lim, U, Chae., and Moon, Hee-Cheol, (1991), "*Influence of Role Stress on Industrial Salespeople's Work in The United States, Japan, And Korea*", **Journal of International Busines Studies**, First Quarter 1992
- Ferdinand, Augusty, (2002)., "**Structural Equation Modeling Dalam Penelitian Manajemen**", BP Undip, Semarang
- Ghozali, Imam, **Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS**, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang, 2002
- Grant, kent, Cravens, David W., Low George S., dan Moncrief William C., (2001), "*The Role of Satisfaction with Teritory Design on The Motivation Attitudesand Work Outcomes of Salespeople's*", **Journal of the Academy of Marketing Science**, vol. 29, no. 2 p. 165-178
- Indriantoro, N., dan Supomo, Bambang., (1999), **Metodologi penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen**, Edisi Pertama, Oktober
- Jaworski, Bernard J., Ajay K, Kohli., (1991), "*Supervisory Feedback Alternative Types and Their Impact on Salles People's Performance and Satisfaction*", **Journal of Marketing Research**, Vol. XXVIII, May

- Ingram, T, N., Lee, K, S., Skinner S, J., (1989), "*An Empirical Assessment of Tenaga penjual Motivation, Commitment, and Job Outcomes*", **Journal of Personal Selling and Sales Management**, Vol. IX (Fall), pp, 25-33
- Kohli K. Ajay, Tasadduk A. Shervani, and Goutam N. Challagalla, (1998), "*Learning and Performance Orientation of Sales people : The Role Of Superfisor*", **Jornal of Marketing Research**, Vol. XXXV, May
- Kotler, Phillip, (1995), **Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian**, Buku Satu, Edisi ke 8, Salemba Empat, Jakarta
- Kuncoro, Mundrajad (2001), **Metode Kuantitatif, Teori dan Aplikasi Bisnis dan Ekonomi**, UPP AMP YKPN, Yogyakarta
- O'Driscoll, M, P and Beehr, T, A., (1994), "*Supervisor Behaviors, Role Stresors and Ancertainty as Predictors of Personal Outcomes of Subordinates*", **Jouranal of Organizatoin Behavior**, Vol. 15
- Pasewark, W, R., and Strawser, J, R., (1996), "*The Determinant and Outcoes Associated with Job Insecurity In a Profesional Accounting Environtment*" , **Behavioral Researc in Accounting** Vol. 8
- Purwanto, B,M, (2002), "*The Effect Of Tenaga penjual Stress Factor on Job Performance*", **Jurnal ekonomi dan Bisnis Indonesia**, Vol. 17, No. 2, 150-169
- Purwanto, M, dan Nasir, M, (2001), "*Pengaruh Variabel Role Conflict, Role Ambiguity dan Job Insecurity Terhadap Kepuasan Kerja Akuntan Pendidik : Studi Empiris pada Lingkungan Perguruan Tinggi di Pulau Jawa*", **Jurnal Bisnis Strategi**, Vol. 7, Juli, Th. V
- Robins, S.P. (1996), **Organizational Behavior : Concepts, Controversies, and Aplications.**, Alih bahasa Hadyana Putjaatmaka, PT. Bhuana Ilmu Populair, Jakarta
- Sugiyono, (1999), **Metode Penelitian Bisnis**, CV. Alfabet, Bandung
- Sujan , Harish, (1986), "*Smarter Versus Harder ; An Exploratory Attributional Analysis os Salespeople's Motivation,*" **Journal of Marketing Research**, February
- Sujan, Harish., Barton A, Weitz., Nirmalaya Kumar., (1994)., "*Learning Orientation, Working Smart, and Effective Selling,*" **Journal of Marketing**, Vol. 58, July

Suwandi dan Indriantoro, N., (1999), "Pengujian Model Turnover Pasewark dan Strawser : Studi Empiris pada Lingkungan Akuntan Publik", **Jurnal Riset Akuntansi Indonesia**, Vol. 2

Vande Walle, Don., and Larry L. Cummings, (1997)., " A Test of Influence of Goal Orientation on The Feedback Seeking Proce"., **Jornal of Aplied Psychology**, Vol 82

KUESIONER

Nama Responden :

Nama Perusahaan :

Pendidikan :

Lama Bekerja :

Petunjuk :

1. Berikanlah penilaian anda terhadap pertanyaan maupun pernyataan berikut dengan memberikan tanda silang (X) pada masing-masing kotak tanggapan yang mewakili pendapat anda terhadap isi dari masing-masing pertanyaan maupun pernyataan.
2. Nama responden, nama perusahaan dan jawaban **dijamin kerahasiaannya** dan **tidak berpengaruh apapun** terhadap perusahaan maupun pribadi anda.
3. Terimakasih atas bantuan dan kerjasamanya.

Pertanyaan :

KETIDAK JELASAN PERAN

1. Perusahaan/atasan anda memberikan informasi dan gambaran yang jelas mengenai tanggungjawab anda sebagai tenaga penjual dari perusahaan tersebut.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Ya

tidak

2. Perusahaan/atasan memberikan informasi dan gambaran yang jelas mengenai tujuan atau sasaran dalam pekerjaan anda sebagai tenaga penjual dari perusahaan tersebut.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Ya

tidak

3. Anda mengetahui harapan perusahaan/atasan terhadap anda dlm melaksanakan tugas?

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Ya

tidak

KEPUASAN KERJA

4. Anda merasa nyaman dengan kondisi kerja pada perusahaan anda?

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Tidak

Ya

5. Anda merasakan kondisi kesehatan fisik dan mental yang baik selama bekerja pada perusahaan anda?

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Tidak

Ya

6. Anda merasa dapat bekerja sama dalam perusahaan anda?

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Tidak

Ya

UMPAN BALIK

7. Perusahaan/atasan anda memberi informasi mengenai hal-hal yang menyangkut pekerjaan anda?

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Tidak

Ya

8. Perusahaan/atasan anda memberi penghargaan jika anda berhasil melakukan pekerjaan dengan baik?

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Tidak

Ya

9. Perusahaan/atasan anda memberi teguran/peringatan jika anda melakukan kesalahan dalam pekerjaan anda?

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Tidak

Ya

ORIENTASI BELAJAR

10. Apakah anda setuju jika kesalahan dalam melakukan pekerjaan adalah salah satu proses dari belajar?

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Tidak setuju

sangat setuju

11. Bagaimana usaha anda dalam meningkatkan keahlian anda?

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Sangat jelek

sangat baik

12. Apakah anda selalu belajar dari pengalaman?

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Tidak

Ya

13. Apakah anda selalu berusaha mempelajari hal-hal baru yang berkaitan dengan pekerjaan anda?

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Tidak

Ya

KINERJA TENAGA PENJUALAN

14. Kemampuan anda untuk melakukan penjualan dengan profit yang tinggi?

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Sangat jelek

sangat baik

15. Kemampuan anda untuk melampaui target penjualan yang dibebankan oleh perusahaan?

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Sangat jelek

sangat baik

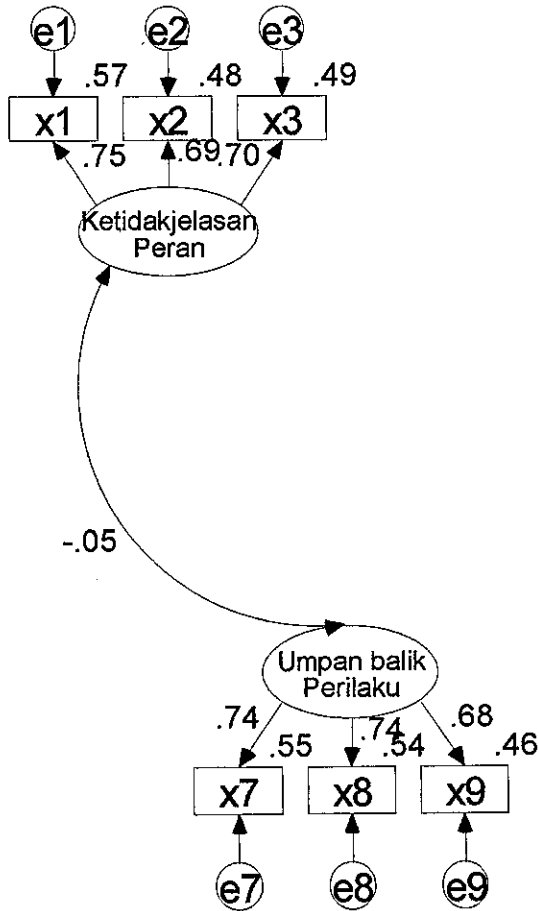
16. Kemampuan anda untuk memanfaatkan peluang yang ada dalam melakukan usaha penjualan produk anda?

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Sangat jelek

sangat baik

CONFIRMATORY FACTOR ANALYSIS CONSTRUCT EKSOGEN



UJI HIPOTESIS

Chi Square = 11.171
 df = 8
 Prob = .192
 Cmin / df = 1.396
 GFI = .965
 AGFI = .907
 TLI = .958
 CFI = .978
 RMSEA = .063

UPT-PUSTAK-UNDIP