

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
EFEKTIFITAS PENJUALAN DI
PT. OTSUKA INDONESIA**

TESIS

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat penyelesaian
Program Pascasarjana**



**Disusun Oleh :
Resti Sugiwardani
2012611049**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2016**

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI EFEKTIFITAS
PENJUALAN DI PT. OTSUKA INDONESIA**

Diajukan Oleh :

RESTI SUGIWARDANI

NIM : 2012611049

Tesis ini telah dibimbing
dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing,

Tanggal :


Dr. Drs. Soni Harsono, SE., M.Si

TESIS

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI EFEKTIFITAS PENJUALAN DI PT. OTSUKA INDONESIA

Disusun Oleh :

RESTI SUGIWARDANI

2012611049

Dipertahankan di depan Tim Penguji
dan dinyatakan Lulus Ujian Tesis
pada tanggal

Tim Penguji

Ketua : (Dr. Drs Emanuel Kristijadi, M.M)

Sekretaris : (Dr. Ronny, S.Kom., M.Kom., MH)

Anggota : (Dr. Basuki Rachmat, SE., MM)

PENGESAHAN TESIS

Nama : Resti Sugiwardani
Tempat, Tanggal Lahir : Kediri, 20 Juli 1989
NIM : 2012611049
Program Pendidikan : Program Pascasarjana (Magister Manajemen)
Kosentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : Analisis faktor – faktor yang mempengaruhi efektifitas penjualan di PT. Otsuka Indonesia

Disetujui dan diterima baik oleh :

Dosen Pembimbing,

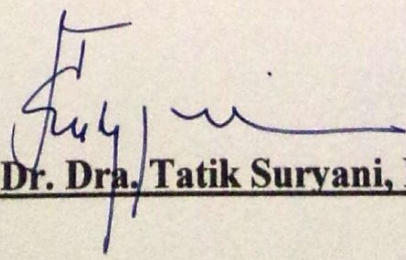
Tanggal :



Dr. Drs. Som Harsono, M.Si.







Direktur Program Pascasarjana

Tanggal :



Prof. Dr. Dra. Tatik Suryani, Psi., MM

MOTTO

-  **Gunakan waktu sebaik mungkin, karena waktu tidak bisa diputar kembali.**
-  **Pendidikan merupakan perlengkapan atau bekal paling baik di hari tua.**
-  **Hari ini harus lebih baik dari hari kemarin dan hasil esok adalah harapan.**
-  **Segala yang indah belum tentu baik, namun segala yang baik sudah tentu indah.**
-  **Jangan mengaku kalah sebelum mencoba karena jika engkau mengalah sebelum mencoba maka engkau adalah pecundang kekalahan.**
-  **Berjuang untuk mendapatkan sesuatu bukan menunggu untuk mendapatkannya.**

It's Dedicated to

**ALLAH
SWT**

Alhamdulillah...berkat rahmad dan berkah yang selalu Engkau limpahkan kepadaku, sehingga tugas akhir ini bisa terselesaikan dengan baik.....

AYAH

Terimakasih buat ayah, yang selalu menanyakan bagaimana perkembangan kuliah. Walaupun sibuk menjalankan tugasnya. Tetapi selalu menanyakan kapan wisudanya. Itulah yang membuat saya semangat kembali untuk menyelesaikan.

IBU

Terimakasih amiku, yang selalu mendoakanku dan memberi motivasi untuk menyelesaikan tesis ini walaupun sudah terlambat karena kesibukan kerja. Beliau selalu berkata "Tidak ada yang terlambata dan jangan sesali, tetapi selesaikan segera".

SUAMI

Terimakasih mas Luqman.... sudah menemani untuk menyelesaikan tugas dan memotivasi ketika lelah dan malas datang.

ANGKATAN 12

Buat teman angkatan 12 yang luar biasa, yang selalu semangat dan kompak selalu. Walaupun wisuda kita tidak menjadi satu tempat, di hari yang sama dan ditahun yang sama. Tapi angkatan 12 sangat luar biasa, mereka yang sudah wisuda selalu memberikan kabar dan tanya bagaimana perkembangan tesisnya. Apabila ada info saling memberi tau dan saling memotivasi untuk wisuda bersama. Terima kasih untuk angkatan 12. Semoga kita tetap menjadi keluarga walaupun setiap hari kita tidak ketemu tapi dengan sering memberi kabar sudah mengobati rasa rindu ini.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan hidayahNya sehingga Tesis penelitian yang berjudul, “Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi efektifitas penjualan di PT. Otsuka Indonesia” ini dapat selesai dengan baik. Tesis ini disusun sebagai studi kasus yang dilaksanakan di seluruh cabang PT. Otsuka Indonesia.

Tesis ini diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan penyelesaian Program Pascasarjana Magister Manajemen di STIE Perbanas Surabaya. Berbagai pihak telah banyak memberikan bantuan, perhatian dan dukungan dalam proses penyusunan Tesis ini, dan untuk itu penulis menyampaikan banyak terimakasih kepada :

1. Bapak Lutfi, SE., M.Fin selaku ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya yang menyediakan fasilitas yang mendukung terciptanya proses pembelajaran di kampus.
2. Ibu Prof. Dr. Dra. Tatik Suryani, Psi., MM, selaku Direktur Program studi Magister Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya yang telah memberikan saran yang mendukung kesempurnaan penyusunan tesis.
3. Bapak Dr. Drs. Soni Harsono, SE., M.si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan motivasi, waktu dan membimbing, berbagai ilmu dan pengalaman dengan penuh kesabaran dari awal sampai akhir penyusunan tesis ini
4. Para Dosen, Karyawan dan Segenap Civitas Akademika Program Magister Manajemen Pascasarjana STIE Perbanas Surabaya.

5. Keluarga besar PT. OTSUKA INDONESIA.
6. Semua rekan – rekan angkatan XII atas dukungan dan kekompakan untuk berjuang bersama dalam menyelesaikan studi ini.
7. Kedua orangtuaku dan Keluarga yang selalu mendukung dan mendoakanku.

Penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk menjadikan penelitian ini lebih sempurna.

Surabaya, 5 September 2016

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN SIAP DIUJI	ii
HALAMAN LULUS UJIAN TESIS	iii
HALAMAN PENGESAHAN TESIS	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.5 Sistematika Penulisan	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Penelitian Terdahulu	12
2.2 Landasan Teori	21
2.3 Kerangka Pemikiran	35
2.4 Hipotesis	36
BAB III METODE PENELITIAN	37
3.1 Rancangan Penelitian	37
3.2 Batasan Penelitian	38
3.3 Identifikasi Variabel	38
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran	39
3.5 Populasi dan Sampel	41
3.6 Metode Pengumpulan Data	42
3.7 Teknik Analisis Data	43
BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA	50
4.1 Sejarah Umum Objek Penelitian	50
4.2 Deskripsi Profil Responden	53
4.3 Deskripsi Jawaban Responden	55
4.4 Analisis Hasil Penelitian	62
4.5 Pembahasan	83
BAB V PENUTUP	94
5.1 Kesimpulan	94

5.2 Keterbatasan Penelitian	97
5.3 Saran	98

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data penjualan PT. Otsuka Indonesia Bulan Jan 2012 s/d Desember 2013	8
Tabel 2.1	Perbandingan pada penelitian terdahulu	19
Tabel 2.2	Karakteristik Sistem Kontrol Berbasis Perilaku dan Hasil	24
Tabel 3.1	Daftar Variabel dan Indikator	39
Tabel 3.2	<i>Goodness-of-fit</i>	47
Tabel 4.1	Deskripsi Profil Responden	54
Tabel 4.2	Kategori Rata – Rata Jawaban Responden	56
Tabel 4.3	Deskripsi Variabel Sistem Kontrol Manager Penjualan	57
Tabel 4.4	Deskripsi Variabel Tingkat Pengalaman Menjual	59
Tabel 4.5	Deskripsi Variabel Desain Wilayah Penjualan	60
Tabel 4.6	Deskripsi Variabel Kinerja Tenaga Penjualan	62
Tabel 4.7	Deskripsi Variabel Efektivitas Penjualan	63
Tabel 4.8	Nilai <i>Factor Loading</i> Variabel Sistem Kontrol Manager Penjualan	66
Tabel 4.9	Nilai <i>Factor Loading</i> Variabel Tingkat Pengalaman Menjual ...	67
Tabel 4.10	Nilai <i>Factor Loading</i> Variabel Desain Wilayah Penjualan	69
Tabel 4.11	Nilai <i>Factor Loading</i> Variabel Kinerja Tenaga Penjualan	70
Tabel 4.12	Nilai <i>Factor Loading</i> Variabel Efektivitas Penjualan	71
Tabel 4.13	Hasil Uji <i>Multivariate Normality</i>	74
Tabel 4.14	Hasil Uji <i>Univariate Outlier</i>	75
Tabel 4.15	Hasil Uji <i>Multivariate Outlier</i>	76
Tabel 4.16	Nilai <i>Goodness of Fit</i> dan <i>Cut Off Value Structural Model</i>	78
Tabel 4.17	<i>Construct Reliability</i> Variabel Penelitian	79
Tabel 4.18	Nilai Koefisien SEM Pengaruh Antar Variabel	80
Tabel 4.19	Uji Kausalitas <i>Regression Weight</i>	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran Baldauf <i>et, al</i>	14
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran Suhermini	15
Gambar 2.3	Kerangka Pemikiran Retno Mulatsih	17
Gambar 2.4	Kerangka Pemikiran Rustono.....	19
Gambar 2.5	Kerangka Pemikiran	36
Gambar 4.1	Hasil CFA Pada Variabel Sistem Kontrol Manager Penjualan	65
Gambar 4.2	Hasil CFA Pada Variabel Tingkat Pengalaman Menjual	66
Gambar 4.3	Hasil CFA Pada Variabel Desain Wilayah Penjualan	68
Gambar 4.4	Hasil CFA Pada Variabel Kinerja Tenaga Penjualan	69
Gambar 4.5	Hasil CFA Pada Variabel Efektivitas Penjualan	71
Gambar 4.6	Full Model Structural	72
Gambar 4.7	Hasil <i>Goodness of Fit Model Structural</i>	78

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 : Data Penelitian
- Lampiran 3 : Analisis Deskriptif
- Lampiran 4 : CFA
- Lampiran 5 : Full Model Structural SEM

ABSTRACT

Sales management control is an important aspect required by salespeople in their duties, not to exceed the limits of its authority established by management. Therefore, the effectiveness of the sales organization in achieving the required factor of control of sales management. Salespeople should know the limits and conditions of working areas that do not occur in their duties overlap. The design or the design of an effective sales area is crucial in achieving sales effectiveness. This study chose PT. Otsuka Indonesia which is a company in the pharmaceutical field, because the pharmaceutical industry in Indonesia has a good market share.

This study used primary data as a data source. Sampling was done by purposive sampling is to take 100 people Salesperson at PT Otsuka Indonesia. The analysis technique used to answer the hypothesis in this study is SEM (Structural Equation Modelling). The study only focused on variable sales manager control system, variable levels of experience selling, sales territory design variable, the variable performance of the sales force and also on the effectiveness of sales at PT. Otsuka Indonesia.

The results showed that there are significant sales manager control system, level of experience selling and design sales territories to sales force performance with CR values are respectively 2.317; 2.585 and 2.778. In addition it showed that there are significant control systems manager, sales territory design, and performance of the sales force of the effectiveness of sales by each CR value is 2.270; 2.183 and 2.412. The variables that most influence the performance of the sales force PT.Otsuka Indonesia is the design of the sales area, while the variables that most influence on sales effectiveness is the performance of the sales force.

Keywords: Control Systems Sales Manager, Experience Level Selling, Sales Territory Design, Performance sales force and sales effectiveness.