

**ANALISA FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI ORIENTASI
KONSUMEN DAN PENJUALAN ADAPTIF DALAM
MENINGKATKAN KINERJA TENAGA PENJUAL
PT. ASURANSI JIWASRAYA (PERSERO)
KANTOR REGIONAL SURABAYA**

TESIS

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pascasarjana**



Oleh :

FIRMAN TRILAKSONO

NIM : 2010610848

**PROGRAM PASCASARJANA
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2015**

**ANALISA FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI ORIENTASI
KONSUMEN DAN PENJUALAN ADAPTIF DALAM
MENINGKATKAN KINERJA TENAGA PENJUAL
PT. ASURANSI JIWASRAYA (PERSERO)
KANTOR REGIONAL SURABAYA**

TESIS

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pascasarjana**



Oleh :

FIRMAN TRILAKSONO

NIM : 2010610848

**PROGRAM PASCASARJANA
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2015**

TESIS

ANALISA FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI ORIENTASI KONSUMEN DAN PENJUALAN ADAPTIF DALAM MENINGKATKAN KINERJA TENAGA PENJUAL PT. ASURANSI JIWASRAYA (PERSERO) KANTOR REGIONAL SURABAYA

Diajukan Oleh :

FIRMAN TRILAKSONO

2010610848

Dipertahankan di depan Tim Penguji
dan dinyatakan Lulus Ujian Tesis
pada tanggal 10 Januari 2015 :

Tim Penguji

Ketua : Prof.Dr. Tatik Suryani, S.Psi.,M.M.

Sekretaris : Dr. Basuki Rachmat, SE.,M.M.

Anggota : Dr.Drs. Soni Harsono, M.Si.

Dr. Ronny



**ANALISA FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI ORIENTASI
KONSUMEN DAN PENJUALAN ADAPTIF DALAM
MENINGKATKAN KINERJA TENAGA PENJUAL
PT. ASURANSI JIWASRAYA (PERSERO)
KANTOR REGIONAL SURABAYA**

Diajukan Oleh :

FIRMAN TRILAKSONO

2010610848

Tesis ini telah dibimbing
dan dinyatakan siap diujikan :

Dosen Pembimbing

Tanggal :



(Dr. Basuki Rachmat, SE. MM)

PENGESAHAN TESIS

Nama : Firman Trilaksono
NIM : 2010.610.848
Program Pendidikan : Pasca Sarjana (Magister Manajemen)
Konsentrasi : Perbankan Syariah
Judul : Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Orientasi
Konsumen dan Penjualan Adaptif dalam Meningkatkan
Kinerja Tenaga Penjual PT.Asuransi Jiwasraya (Persero)
Kantor Regional Surabaya.

Disetujui dan diterima baik oleh :

Dosen Pembimbing,
Tanggal :



Dr. Basuki Rachmat, SE., M.M.

Ketua Program Studi Magister Manajemen
Tanggal : 28/4-15



Prof. Dr. Tatik Suryani, S.Psi., M.M.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT yang selalu memberikan limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul **“Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Orientasi Konsumen dan Penjualan Adaptif Dalam Meningkatkan Kinerja Tenaga Penjual PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) Kantor Regional Surabaya”**. Tesis ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat penyelesaian program Pascasarjana di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.

Penulis menyadari bahwa penyusunan tesis ini tidak akan terlaksana dengan baik tanpa dukungan, bimbingan, doa, serta bantuan baik moril maupun materiil dari berbagai pihak, untuk itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terimakasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada :

1. Ibu Prof.Dr. Tatik Suryani, S.Psi., M.M. selaku Ketua Program Studi Magister Managemen STIE Perbanas Surabaya.
2. Bapak Dr. Basuki Rachmat, SE.,M.M.. selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu dan perhatiannya untuk membimbing penulis dengan penuh kesabaran dan senyum khasnya.
3. Bapak dan Ibu dosen pengajar STIE Perbanas Surabaya yang dengan ikhlas memberikan ilmu dan berbagi pengalaman kepada penulis selama proses pembelajaran.
4. Ibu tersayang serta istri dan anak-anakku tercinta yang telah mencurahkan doa dan kasih sayangnya serta merupakan inspirasi bagi penulis dalam menyelesaikan tesis ini.

5. Teman-teman seangkatan di Pascasarjana STIE Perbanas angkatan VIII, bersama kalian selalu ada semangat dan tawa.
6. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan banyak bantuan dalam penyelesaian tesis ini.

Penulis menyadari bahwa tesis ini belum sempurna, maka saran dan kritik yang bersifat membangun dari pembaca sangat penulis harapkan demi kesempurnaan tesis. Akhir kata penulis berharap agar tesis ini dapat membawa manfaat bagi semua pihak dan memberikan insprasi dalam perkembangan ilmu pengetahuan.

Surabaya, Januari 2015

Firman Trilaksono

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN SIAP UJI.....	ii
LULUS UJIAN TESIS	iii
PENGESAHAN TESIS	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
1.5 Sistematika Penulisan.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	15
2.2 Landasan Teori	19
2.2.1 Lingkungan Orientasi Konsumen	19
2.2.2 Pengendalian Diri	22
2.2.3 Karakteristik Lingkungan Penjualan	24
2.2.4 Orientasi Konsumen	26
2.2.5 Penjualan Adaptif	33
2.2.6 Kinerja Tenaga Penjual	38
2.3 Hubungan Antar Konsep	41

2.3.1	Hubungan antara Orientasi Konsumen Organisasional dengan Orientasi Konsumen Tenaga Penjual	41
2.3.2	Hubungan antara Orientasi Konsumen dengan Kinerja Tenaga Penjual	42
2.3.3	Hubungan antara Pengendalian Diri dengan Penjualan Adaptif	43
2.3.4	Hubungan antara Lingkungan Penjualan dengan Penjualan Adaptif	44
2.3.5	Hubungan antara Penjualan Adaptif dengan Kinerja Tenaga Penjual	46
2.4	Kerangka Pemikiran	47
2.5	Hipotesis Penelitian	47

BAB III METODE PENELITIAN

3.1.	Rancangan Penelitian	49
3.2.	Batasan Penelitian	49
3.3.	Identifikasi Variabel	50
3.4.	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	51
3.5.	Instrumen Penelitian	52
3.6.	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	54
3.7.	Data dan Metode Pengumpulan data	54
3.8.	Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian	55
3.9.	Teknik Analisis Data	56
3.9.1.	Asumsi-Asumsi Dalam SEM	56
3.9.2.	Kesesuaian Model (<i>Model Fit</i>)	58
3.9.3.	Pengujian Hipotesis	62

BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

4.1.	Gambaran Subyek Penelitian	63
4.1.1	Sejarah PT. Asuransi Jiwasraya (Persero)	63
4.1.2	Visi, Misi dan <i>Core Values</i>	66

4.1.3	Struktur Organisasi	69
4.1.4	Produk PT. Asuransi Jiwasraya (Persero)	71
4.2.	Analisis Data	72
4.2.1	Deskripsi Karakteristik Responden	72
4.2.2	Statistik Deskriptif.....	73
4.2.3	Deskripsi Masing-Masing Variabel Penelitian	76
4.2.4.	Analisis SEM	83
4.2.4.1	Analisis Faktor Konfirmatori	83
4.2.4.2	Analisis Model Persamaan Struktural	91
4.2.5.	Pengujian Hipotesis	103
4.2.5.1	Pengujian Hipotesis Pertama	103
4.2.5.2	Pengujian Hipotesis Kedua	105
4.2.5.3	Pengujian Hipotesis Ketiga	107
4.2.5.4	Pengujian Hipotesis Keempat	109
4.2.5.5	Pengujian Hipotesis Kelima.....	110

BAB V PENUTUP

5.1	Kesimpulan	113
5.2	Keterbatasan Penelitian	114
5.3	Saran	115

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Trend Portopolio Bisnis Individu – Jiwasraya Surabaya Regional Office	9
Tabel 2.1	Perbandingan Persamaan dan Perbedaan Penelitian Sebelumnya Dengan Penelitian Saat Ini	18
Tabel 3.1	Indikator-Indikator Pernyataan untuk masing-masing Variabel	53
Tabel 3.2	Pengukuran Uji <i>Goodness of Fit (GOF)</i> dan Target Tingkat Kecocokan	61
Tabel 4.1	Karakteristik Responden	72
Tabel 4.2	Kategori Penilaian Berdasarkan Skala Interval	74
Tabel 4.3	Statistik Deskriptif	74
Tabel 4.4	Nilai Indeks Orientasi Konsumen Organisasional (X_1)	77
Tabel 4.5	Nilai Indeks Pengendalian Diri (X_2)	78
Tabel 4.6	Nilai Indeks Lingkungan Penjualan (X_3)	79
Tabel 4.7	Nilai Indeks Orientasi Konsumen (Y_1)	80
Tabel 4.8	Nilai Indeks Penjualan Adaptif (Y_2)	81
Tabel 4.9	Nilai Indeks Kinerja Tenaga Penjual (Y_3)	82
Tabel 4.10	Hasil Uji <i>GOF</i> dan Tingkat Kecocokan Konstruk Eksogen	85
Tabel 4.11	Hasil Uji <i>Convergent Validity</i> dan <i>Reliability</i> Konstruk Eksogen	86
Tabel 4.12	Hasil Uji <i>GOF</i> dan Tingkat Kecocokan Konstruk Endogen	89
Tabel 4.13	Hasil Uji <i>Convergent Validity</i> dan <i>Reliability</i> Konstruk Endogen	90
Tabel 4.14	Hasil Uji <i>Convergent Validity</i> dan <i>Reliability</i> Seluruh Konstruk	93
Tabel 4.15	Hasil Analisis Normalitas	95
Tabel 4.16	Hasil Pengujian <i>Univariate Outliers</i>	97
Tabel 4.17	Hasil Uji <i>Goodness of Fit (GOF)</i> dan Tingkat Kecocokan	100
Tabel 4.18	Hasil Analisis Model Struktural	101

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	47
Gambar 4.1 Bagan Struktur Organisasi PT. Asuransi Jiwasraya (Persero)	70
Gambar 4.2 Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Eksogen	84
Gambar 4.3 Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Endogen	88
Gambar 4.4 Hasil Uji Model Persamaan Struktural	92

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuisoner Penelitian
- Lampiran 2 Hasil Tabulasi Pengisian Kuesioner
- Lampiran 3 Statistik Deskriptif
- Lampiran 4 Tanggapan Responden
- Lampiran 5 Hasil Uji *Convergent Validity* dan *Reliability*
- Lampiran 6 Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Eksogen
- Lampiran 7 Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Endogen
- Lampiran 8 Analisis Model Struktural

ABSTRACT

The study aims to determine the effect of organizational customer orientation towards customer orientation, and also examined the effect of self-control and environmental sales condition on adaptive selling, as well as the influence of consumers orientation and adaptive selling on salesperson performance. The study was conducted on 139 insurance policy salespersons at PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) in Surabaya. The analysis used Structural Equation Modeling (SEM). The results showed that the organizational customer orientation has significantly positive effect on consumer orientation. Self-control and environment sales conditions also have positive significant effect on adaptive selling. In addition, consumer orientation and adaptive selling also have significantly positively effect on the salespersons performance.

Keywords : organizational customer orientation, customer orientation, self-control, environmental sales conditions, adaptive selling, salesperson performance