

**PENGARUH *JOB STRESS, JOB ENAGEMENT, EFFORT* DAN
ETHICAL BEHAVIORS TERHADAP *SALES PERFORMANCE*
PT. MACROSENTRA NIAGABOGA (CIMORY)**

Yuli Puspitasari

Alumni Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa

Email: yulipuspus@gmail.com

Intisari

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Job Stress* terhadap *Sales Performance* PT. Macrosentra Niagaboga (Cimory). Untuk mengetahui pengaruh *Job Enagement* terhadap *Sales Performance* PT. Macrosentra Niagaboga (Cimory). Untuk mengetahui pengaruh *Effort* terhadap *Sales Performance* PT. Macrosentra Niagaboga (Cimory). Untuk mengetahui pengaruh *Ethical Behaviors* terhadap *Sales Performance* PT. Macrosentra Niagaboga (Cimory). Variabel penelitian ini adalah *Job Stress, Job Enagement, Effort, Ethica Behaviore dan Sales Performance*. Populasi dalam penelitian ini yaitu karyawan yang melakukan penjualan produk PT. Macrosentra Niagaboga di Kota Yogyakarta, jumlah sampel penelitian ini 100 responden, dengan menggunakan Formula Slovig. Metode pengambilan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah *Structural Analysis Modelling* (SEM). Hasil penelitian menunjukkan ada pengaruh negatif dan signifikan *Job Stress* terhadap *Sales Performance*. Ada pengaruh positif dan signifikan *Job Enagement* terhadap *Sales Performance*. Ada pengaruh positif dan signifikan *Effort* terhadap *Sales Performance*. Ada pengaruh positif dan signifikan *Ethica Behaviore* terhadap *Sales Performance*. *Sales Performance* dipengaruhi *job stress, job engagement, effort, dan ethical behaviors* sebesar 53,4%, sedangkan sisanya sebesar 46,6% dipengaruhi faktor lain.

Kata Kunci : *Job Stress, Job Enagement, Effort, Ethica Behaviore dan Sales Performance.*

PENDAHULUAN

Susu pasteurisasi Cimory yang diproduksi oleh PT. Cimory adalah produk yang masih dalam tahap berkembang di pasaran. Kondisi pasar yang saat ini hanya diberisi tidak lebih dari 8 perusahaan membuat persaingan menjadi cukup ketat diantaranya terdapat Indomilk, Diamond, dan Greenfield. Sebagai pemain baru dalam pasar persaingan susu pasteurisasi, Cimory memiliki kelebihan berupa media promosi, yaitu gerai penjualan yang berlokasi di pusat wisata yang strategis dan menjadi destinasi utama masyarakat yang tinggal di sekitar wilayah Jabodetabek. Namun kelebihan ini tidak dapat diandalkan untuk memasarkan produk dalam jangka panjang, hanya kekuatan brand yang merepresentasikan kepercayaan terhadap produk yang paling mampu untuk mempertahankan pemasaran susu pasteurisasi Cimory secara kontinu. Hal ini mendorong perlunya strategi pengembangan sumber daya manusia yang kuat agar dapat bertahan dalam persaingan pasar.

Menurut James Gwee dalam Anne (2014), peran agen atau *sales performance* saat ini masih tetap relevan dan sangat penting, sebab konsumen di Indonesia lebih nyaman membeli dari manusia dibandingkan secara *online*. Karena ketika konsumen membeli dengan manusia maka mereka dapat berinteraksi langsung dengan tenaga penjualan atau agen, konsumen akan lebih

percaya dan meminimalisir risiko penipuan. Salah satu faktor keberhasilan tenaga penjualan (*sales performance*) dapat dipengaruhi adanya job stress atau stres kerja. Stres dapat menimbulkan dampak yang negatif terhadap keadaan psikologis dan biologis bagi karyawan.

Faktor keterlibatan kerja juga tidak kalah pentingnya dalam meningkatkan kinerja tenaga penjual (*sales performance*). Keterlibatan pada pekerjaan berpengaruh terhadap sikap dan perilaku kerja. Menurut Ekmekçi, (2011), keterlibatan pekerjaan mempengaruhi intensitas kerja, sedangkan perilaku kerja dengan tingkat keterlibatan pekerjaan yang tinggi akan mengurangi kemungkinan *turnover*, kemangkiran dan kelambanan, serta jam yang digunakan untuk bekerja meningkat. Upaya relasional (*relationship effort*) merupakan Implikasi Strategi Penguat *Relationship effort* terhadap Keluaran Relasional (*Relationship Outcomes*) dalam Bisnis. *Effort-utility function*, menjelaskan seberapa besar sumber daya (waktu dan usaha) yang seharusnya dicurahkan untuk mencapai suatu manfaat atau nilai imbalan sesuai dengan preferensinya. Karyawan yang berorientasi prestasi tinggi (*high achievement*), cenderung berupaya lebih keras daripada sebaliknya. Motivasi karyawan terkuat terjadi ketika upaya yang diperlukan untuk mencapai tujuan sesuai dengan tingkat upaya yang dikeluarkan.

Perilaku etis yang berorientasi pelanggan menunjukkan derajat penyedia jasa mempraktikkan konsep pemasaran melalui upaya membantu pelanggan mengambil keputusan pembelian yang akan memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Nilai adalah moral dan dasar perilaku yang kita tetapkan untuk diri kita sendiri, yang kebanyakan mencakup konsep-konsep universal seperti kebenaran, kejujuran, ketidak berpihakan, keadilan, kehormatan dan lain-lain. Standar perilaku seperti ini penting sekali bagi kita baik secara pribadi maupun sosial karena tanpa semua itu kekacauan dan anarki akan muncul. Nilai moral yang dimiliki individu akan dapat menjelaskan bagaimana individu mempunyai standard etika yang harus dipenuhi dalam bisnis masalah, perumusan dalam penelitian ini adalah: Apakah *Job Stress, Job Engagement, Effort dan Ethical Behaviors* secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *Sales Performance* PT. Macrosentra Niagaboga (Cimory)?

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Pengaruh *Job Stress* terhadap *Sales Performance*

Menurut Robbins (2008) dalam kondisi ekonomi yang melemah, maka orang menjadi semakin mencemaskan keadaan mereka. Kondisi yang tidak menguntungkan ini akan berdampak pada pengurangan tenaga kerja, walaupun bisa dalam bentuk lain, seperti pengurangan jumlah gaji dan sebagainya. Kondisi ini sering menimbulkan stress pada *Sales performance*, yang pada akhirnya akan menurunkan motivasi kerja. Motivasi yang menurun, akan diikuti penurunan kinerja *Sales performance*.

Menurut Gibson (2007) mengemukakan bahwa stress kerja konseptualisasi dari beberapa titik pandang, yaitu stress sebagai stimulasi, stress sebagai respon dan stress sebagai stimulus respon. Stress sebagai stimulus merupakan pendekatan yang menitik beratkan pada lingkungan.

Peneliti terdahulu yang dilakukan oleh Iswanto (2011) mengenai Analisis Hubungan Antara Stress Kerja, Kepribadian dan Kinerja Manajer Bank. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh utama dari stress kerja dan kepribadian pada kinerja serta moderating effect

dari kepribadian terhadap hubungan stress kerja dengan kinerja manajer bank adalah negatif dan signifikan. Tingkat stress yang tinggi akan mempengaruhi kondisi fisik dan psikologis seseorang dan pada gilirannya akan menurunkan motivasi, sehingga mempengaruhi kinerja yang semakin menurun. Berdasarkan keterangan di atas, maka dapat dihipotesiskan sebagai berikut:

H1 : Semakin meningkat *Job Stress*, maka semakin menurun *Sales performance*.

Pengaruh *Job Engagement* terhadap *Sales Performance*

Sales performance yang memiliki tingkat keterlibatan yang tinggi sangat memihak dan benar-benar peduli dengan bidang pekerjaan yang mereka lakukan. *Sales performance* yang memiliki *Job Engagement* yang tinggi akan melebur dalam pekerjaan yang sedang ia lakukan. Tingkat keterlibatan kerja yang tinggi berhubungan dengan *Organizational Citizenship Behavior* dan performansi kerja. Sebagai tambahan, tingkat keterlibatan kerja yang tinggi dapat menurunkan jumlah ketidakhadiran *sales performance* (Robbins, 2009).

Peneliti Wisaksono (2014) menyatakan bahwa keterlibatan kerja, berpengaruh signifikan positif terhadap *sales performance*. Upaya relasional adalah usaha aktif peritel dalam memberikan kontribusi terhadap harapan konsumen untuk mewujudkan *customer retention* melalui penyampaian produk inti dan layanan yang membuat terjalinnya relasi yang kelanjutan. Berdasarkan keterangan di atas, maka dapat dihipotesiskan sebagai berikut:

H2 : Semakin meningkat *Job Engagement*, maka semakin meningkat *sales performance*.

Pengaruh *Effort* terhadap *Sales Person Performance*

Menurut Mathis (2009:114) usaha (effort) adalah usaha yang dikeluarkan seseorang dalam melaksanakan tugasnya. Usaha yang baik dipengaruhi oleh motivasi bagus dan semangat yang tinggi. Seorang harus mempunyai usaha yang tinggi terhadap pekerjaannya sehingga menciptakan suatu kinerja yang tinggi. Usaha yang dicurahkan oleh seorang *sales* (penjual) dipengaruhi motivasi, etos kerja, kehadiran dan rancangan tugas. Fungsi subyektif ini dipengaruhi oleh faktor *personal sales*, sosial dan budaya.

Peneliti Utami (2013) menyatakan bahwa *Effort (Usaha)* berpengaruh positif terhadap *sales person performance*. Upaya relasional adalah usaha aktif peritel dalam memberikan kontribusi terhadap harapan konsumen untuk mewujudkan *customer retention* melalui penyampaian produk inti dan layanan yang membuat terjalinnya relasi yang kelanjutan. Berdasarkan keterangan di atas, maka dapat dihipotesiskan sebagai berikut:

H3 : Semakin meningkat *Effort*, maka semakin meningkat *sales performance*.

Pengaruh *Ethical Behaviors* terhadap *Sales Performance*

Perilaku yang berorientasi pelanggan menunjukkan derajat penyedia jasa mempraktikkan konsep pemasaran melalui upaya membantu pelanggan mengambil keputusan pembelian yang akan memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Makin tinggi orientasi pelanggan, penyedia jasa biasanya bekerja dalam perilaku menghantarkan pada kepuasan jangka panjang (Saxe dan Weitz dalam Howe 1994:497 dalam Sutopo, 2004). Tenaga penjual yang memiliki nilai-nilai moral akan mendorong individu tersebut berperilaku etis, sehingga aktivitas penjualan yang dilakukan tetap memperhatikan dan menghormati hubungannya dengan pelanggan.

Sedangkan nilai menurut Busan (2003:22-23) sebagai panduan-panduan untuk bertindak atau bersikap yang berasal dari diri kita sendiri, prinsip-prinsip tentang bagaimana kita

menjalani hidup dan mengambil keputusan. Nilai adalah moral dan dasar perilaku yang kita tetapkan untuk diri kita sendiri, yang kebanyakan mencakup konsep-konsep universal seperti kebenaran, kejujuran, ketidak berpihakan, keadilan, kehormatan dan lain-lain.

Penelitian yang berhubungan dengan perilaku etis tenaga penjualan menyajikan wawasan yang mengandung nilai problem potensial yang dihadapi tenaga penjual dari hari kehari dalam kata lain perilaku etis berpengaruh positif terhadap kinerja tenaga penjual. Menurut Dubinsky dan Ingram (dalam How et.al, 1995:497). Berdasarkan keterangan di atas, maka dapat dihipotesiskan sebagai berikut:

H4 : Semakin meningkat *Ethical Behaviors*, maka semakin meningkat *sales performance*.

METODE PENELITIAN

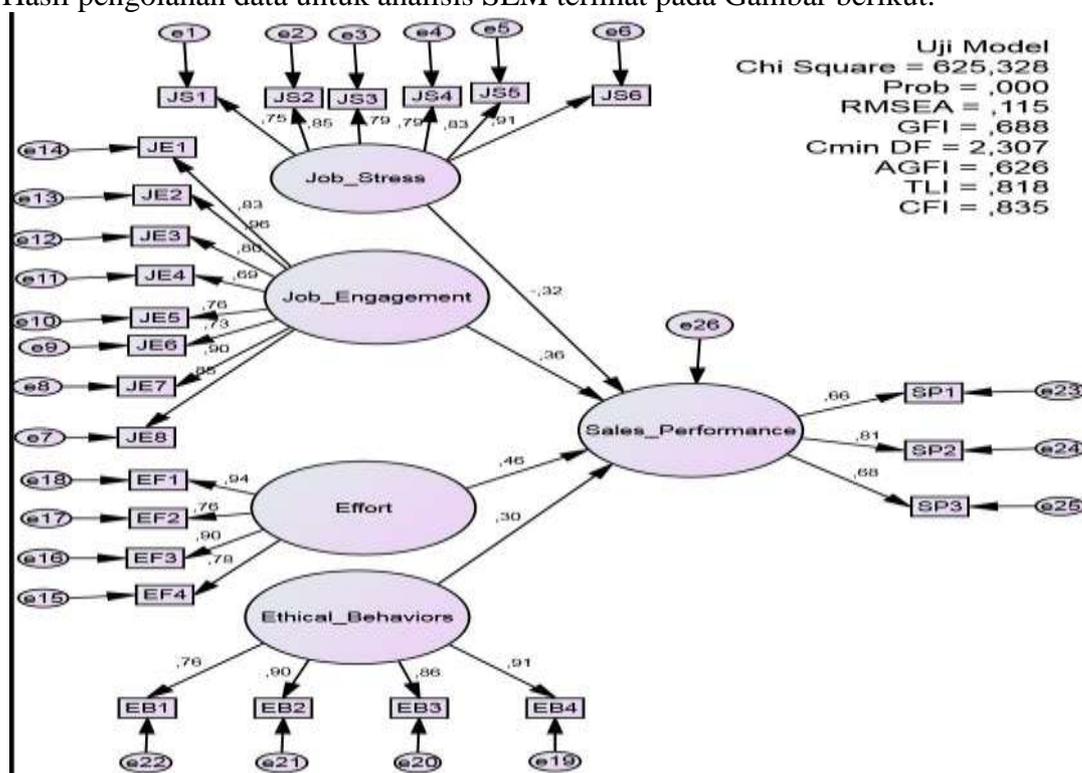
Variabel penelitian ini adalah *Job Stress*, *Job Enagement*, *Effort*, *Ethica Behaviore* dan *Sales Performance*. Populasi dalam penelitian ini yaitu karyawan yang melakukan penjualan produk PT. Macrocentra Niagaboga di Kota Yogyakarta, jumlah sampel penelitian ini 100 responden, dengan menggunakan Formula Slovig. Metode pengambilan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah *Structural Analysis Modelling* (SEM).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Data

Uji Kesesuaian Model

Hasil pengolahan data untuk analisis SEM terlihat pada Gambar berikut:



Gambar 1.
Hasil Uji Full Model

Tabel 1.
Hasil Kelayakan Model (Goodness-of-fit-Indices)

Kriteria	Cut of Value	Hasil	Evaluasi
Chi-Square	χ^2 dengan df : 225 p: 5 % = 282,094	625,900	Marginal
Probability	$\geq 0,05$	0,000	Marginal
GFI	$\geq 0,90$	0,688	Marginal
AGFI	$\geq 0,90$	0,626	Marginal
TLI	$\geq 0,80$	0,818	Baik Baik
CFI	$\geq 0,80$	0,835	Marginal
CMIN/DF	$\leq 2,00$	2,307	Marginal
RMSEA	$\leq 0,08$	0,115	

Sumber: data yang diolah, 2017

Tabel 2
Hasil Standardized Regression Weights Analisis Struktural Equation Modeling

			Estimate	C.R.	P
JS1	<---	Job_Stress	,750		
JS2	<---	Job_Stress	,847	8,815	***
JS3	<---	Job_Stress	,788	8,024	***
JS4	<---	Job_Stress	,792	8,151	***
JS5	<---	Job_Stress	,830	8,500	***
JS6	<---	Job_Stress	,907	9,389	***
JE8	<---	Job_Engagement	,846		
JE7	<---	Job_Engagement	,895	11,895	***
JE6	<---	Job_Engagement	,731	8,541	***
JE5	<---	Job_Engagement	,763	9,220	***
JE4	<---	Job_Engagement	,690	7,936	***
JE3	<---	Job_Engagement	,795	9,951	***
JE2	<---	Job_Engagement	,963	13,864	***
EF4	<---	Effort	,782		
EF3	<---	Effort	,905	10,093	***
EF2	<---	Effort	,759	8,065	***
EF1	<---	Effort	,937	10,661	***
EB4	<---	Ethical_Behaviors	,912		
EB3	<---	Ethical_Behaviors	,858	12,438	***
EB2	<---	Ethical_Behaviors	,898	13,444	***
EB1	<---	Ethical_Behaviors	,763	9,612	***
SP1	<---	Sales_Performance	,658		
SP2	<---	Sales_Performance	,814	7,556	***
SP3	<---	Sales_Performance	,681	6,530	***
JE1	<---	Job_Engagement	,834	10,657	***

Sumber: data yang diolah, 2017

Berdasarkan Tabel 7 bahwa setiap indikator pembentuk variabel laten menunjukkan hasil yang memenuhi kriteria yaitu nilai CR diatas 1,96 dengan P lebih kecil dari pada 0,05 dan nilai lambda atau *loading factor* yang lebih besar dari 0,5. Hasil tersebut dapat dikatakan bahwa indikator-indikator

pembentuk variabel laten tersebut secara signifikan merupakan indikator dari faktor-faktor laten yang dibentuk. Dengan demikian, model yang dipakai dalam penelitian ini dapat diterima.

Evaluasi Multivariate Outlier

Tabel 3
Mahalanobis distance

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
99	68,452	,000	,001
78	61,101	,000	,000
93	56,230	,000	,000
100	52,480	,001	,000
68	52,468	,001	,000
98	50,271	,002	,000
90	49,118	,003	,000
43	49,076	,003	,000

Sumber: data yang diolah, 2017

Terdapatnya *outlier* pada tingkat *multivariate* dalam analisis ini tidak akan dihilangkan dari analisis karena data tersebut menggambarkan keadaan yang sesungguhnya dan tidak ada alasan khusus dari profil responden yang menyebabkan harus dikeluarkan dari analisis tersebut (Ferdinand, 2005). Data *mahalanobis distance* dapat dilihat dalam lampiran *output*.

Uji Normalitas Data

Tabel 4
Normalitas Data

Variable	c.r.	kurtosis	c.r.
SP3	1,061	-,643	-1,312
SP2	,927	,071	,145
SP1	,598	-,553	-1,129
EB1	,422	-,398	-,812
EB2	1,345	-,477	-,973
EB3	2,198	-,442	-,901
EB4	1,984	-,575	-1,173
EF1	,925	-,613	-1,251
EF2	-,973	-,737	-1,505
EF3	,350	-,384	-,783
EF4	,835	-,681	-1,391

JE1	-,172	-,669	-1,365
JE2	-,026	-,757	-1,545
JE3	-,088	-,575	-1,173
JE4	,349	-,234	-,477
JE5	1,289	-,706	-1,441
JE6	-,138	-,617	-1,259
JE7	-,055	-,475	-,970
JE8	-,805	-,547	-1,117
JS6	-1,244	-1,111	-2,267
JS5	-1,752	-1,117	-2,281
JS4	-1,981	-,867	-1,769
JS3	,445	-1,445	-2,949
JS2	-1,181	-1,161	-2,369
JS1	-1,362	-,820	-1,673
Multivariate		155,196	21,119

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa data tersebut tidak ada nilai yang lebih besar dari 2,58, dengan demikian data tersebut terbukti terdistribusi secara normal. Studi Hair, et.al.,(1995) menyatakan bahwa data yang normal secara *multivariate* pasti normal pula secara *univariate*.

Dari hasil pengolahan data pada penelitian ini, nilai determinan matriks kovarians sampel sebagai berikut :

Determinant of sample covariance matrix = **6,201**

Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai determinan matriks kovarians sampel adalah jauh dari nol. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa data penelitian yang digunakan tidak terdapat *multikolinearitas* dan *singularitas*, sehingga data layak untuk digunakan.

Pengujian Hipotesis Penelitian

$$SP = - 0,322JS + 0,359JE + 0,462EF + 0,297EB$$

Berdasarkan persamaan diatas estimasi *Job Stress* terhadap *Sales Performance* bernilai negatif, halini menunjukkan bahwa setiap kenaikan *Job Stress* akan diikuti penurunan *Sales Performance*. Estimasi *Job Engagement* terhadap *Sales Performance* bernilai positif, hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan *Job Engagement* akan diikuti kenaikan *Sales Performance*. Estimasi *Effort* terhadap *Sales Performance* bernilai positif, hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan *Effort* akan diikuti kenaikan *Sales Performance*. Estimasi *Ethica Behaviore* terhadap *Sales Performance* bernilai positif, hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan *Ethica Behaviore* akan diikuti kenaikan *Sales Performance*.

Uji Signifikansi (*Critical Ratio*) Persamaan 1

Hasil olah data program AMOS nilai CR (*Critical Ratio*) dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5
Output Nilai CR (*Critical Ratio*)

			C.R.	P
Sales_Performance	<---	Job_Stress	-3,148	,002
Sales_Performance	<---	Job_Engagement	2,990	,003
Sales_Performance	<---	Effort	3,588	***
Sales_Performance	<---	Ethical_Behaviors	2,513	,012

Sumber: data primer yang diolah, 2017

Job Stress terhadap *Sales Performance*

Nilai CR pada hubungan antara *Job Stress* terhadap *Sales Performance* tampak pada Tabel 4.23 adalah sebesar -3,148 dan nilai P sebesar 0,002. Kedua nilai ini menunjukkan nilai di atas 1,96 untuk CR dan dibawah 0,05 untuk nilai P. Sehingga Ho ditolak, Ha diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan *Job Stress* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *Sales Performance*

Job Engagement terhadap *Sales Performance*

Nilai CR pada hubungan antara *Job Engagement* terhadap *Sales Performance* tampak pada Tabel 4.23 adalah sebesar 2,990 dan nilai P sebesar 0,003. Kedua nilai ini menunjukkan nilai di atas 1,96 untuk CR dan dibawah 0,05 untuk nilai P. Sehingga Ho ditolak, Ha diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan *Job Engagement* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Sales Performance*

Effort terhadap *Sales Performance*

Nilai CR pada hubungan antara *Effort* terhadap *Sales Performance* tampak pada Tabel 4.23 adalah sebesar 3,588 dan nilai P sebesar 0,000. Kedua nilai ini menunjukkan nilai di atas 1,96

untuk CR dan dibawah 0,05 untuk nilai P. Sehingga Ho ditolak, Ha diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan *Effort* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Sales Performance Ethical Behavior terhadap Sales Performance*

Nilai CR pada hubungan antara *Ethical Behavior* terhadap *Sales Performance* tampak pada Tabel 4.23 adalah sebesar 2,513 dan nilai P sebesar 0,012. Kedua nilai ini menunjukkan nilai di atas 1,96 untuk CR dan dibawah 0,05 untuk nilai P. Sehingga Ho ditolak, Ha diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan *Ethical Behavior* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Sales Performance*

Tabel 6
Squared Multiple Correlations

	Estimate
Sales_Performance	,534

Sumber: data primer yang diolah, 2017

Squared multiple correlations yaitu bilangan yang mengukur persentase dari varian variabel y. dalam penelitian ini nilai yang di bahas adalah nilai *squared multiple correlations*. dari perhitungan olah data amos diperoleh nilai *squared multiple correlations* sebesar 0,534, hal ini menunjukkan bahwa variasi *Sales Performance* dipengaruhi *job stress, job engagement, effort, dan ethical behaviors* sebesar 53,4%, sedangkan sisanya sebesar 46,6% dipengaruhi faktor lain.

Pembahasan Hasil Penelitian

Pengaruh Job Stress Terhadap Sales Performance

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh negatif dan signifikan *Job Stress* terhadap *Sales Performance* Hal ini menunjukkan setiap kenaikan *Job Stress*, maka akan menurunkan *Sales Performance*. Apabila karyawan mempunyai inisiatif menyelesaikan tugas dengan cepat, tetapi tidak sesuai dengan *job description* yang ada, tempat bekerja terjadi tumpang tindih kewenangan antara unit organisasi, Ketidakjelasan kewenangan dalam tugas membuat pekerjaan yang sulit diSalesaikan, wewenang yang miliki (*reverse coded*), tanggung jawab (*reverse coded*), maka akan menimbulkan stress yang akan menurunkan *Sales Performance*.

Hasil ini sesuai pendapat Robbins (2008) yang menyatakan bahwa dalam kondisi ekonomi yang melemah, maka orang menjadi semakin mencemaskan keadaan mereka. Kondisi yang tidak menguntungkan ini akan berdampak pada pengurangan tenaga kerja, walaupun bisa dalam bentuk lain, seperti pengurangan jumlah gaji dan sebagainya. Peneliti terdahulu Monideepa Tarafdar, Ellen Bolman Pullins and T.S. Ragu-Nathan (2014), menyatakan bahwa *Job Stress* mempunyai pengaruh negatif dan signifikan terhadap *Sales Performance*.

Pengaruh Job Engagement Terhadap Sales Performance

Ada pengaruh positif dan signifikan *Job Engagement* terhadap *Sales Performance* Hal ini menunjukkan setiap kenaikan *Job Engagement*, maka akan meningkatkan *Sales Performance*.

Apabila tenaga penjual sangat fleksibel dalam pendekatan penjualan yang saya gunakan, tenaga penjual memvariasikan gaya penjualan saya dari situasi ke situasi, karyawan cenderung menggunakan beragam pendekatan penjualan dengan pelanggan yang berbeda, tenaga penjual menggunakan strategi penjualan yang berbeda dengan pelanggan yang berbeda, mengubah pendekatan penjualan saya dari satu pelanggan ke pelanggan lainnya, bekerja berjam-jam untuk memenuhi tujuan penjualan, terus berusaha saat menghadapi pelanggan yang sulit dan bekerja tanpa lelah untuk menjual pelanggan sampai saya mendapatkan sebuah orderan, maka akan meningkatkan *Sales Performance*.

Hasil ini sesuai pendapat Robbins (2009) yang menyatakan bahwa *Sales performance* yang memiliki tingkat keterlibatan yang tinggi sangat memihak dan benar-benar peduli dengan bidang pekerjaan yang mereka lakukan. *Sales performance* yang memiliki *Job Engagement* yang tinggi akan melebur dalam pekerjaan yang sedang ia lakukan. Tingkat keterlibatan kerja yang tinggi berhubungan dengan *Organizational Citizenship Behavior* dan performansi kerja. Sebagai tambahan, tingkat keterlibatan kerja yang tinggi dapat menurunkan jumlah ketidakhadiran *sales performance*. Peneliti terdahulu C. Fred Miao & Kenneth R. Evans (2013), menyatakan bahwa *Job Engagement* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap *Sales Performance*.

Pengaruh *Effort* Terhadap *Sales Performance*

Ada pengaruh positif dan signifikan *Effort* terhadap *Sales Performance*. Hal ini menunjukkan setiap kenaikan *Effort*, maka akan meningkatkan *Sales Performance*. Apabila tenaga penjual sering bertatap muka dengan pelanggan (customer) PT. Macrosentra Niagaboga, pernah menghadiri acara yang dibuat pelanggan, Sales PT. Macrosentra Niagaboga pernah makan siang dengan pelanggan dan Sales PT. Macrosentra Niagaboga pernah mendampingi di usaha (toko) pelanggan, dengan membantu menjualkan barang ke pihak lain, maka akan meningkatkan *Sales Performance*.

Hasil ini sesuai pendapat Mathis (2009:114) usaha (effort) adalah usaha yang dikeluarkan seseorang dalam melaksanakan tugasnya. Usaha yang baik dipengaruhi oleh motivasi bagus dan semangat yang tinggi. Seorang harus mempunyai usaha yang tinggi terhadap pekerjaannya sehingga menciptakan suatu kinerja yang tinggi. Peneliti terdahulu Utami (2013) menyatakan bahwa *Effort (Usaha)* berpengaruh positif terhadap *sales person performance*.

Pengaruh *Ethica Behaviore* Terhadap *Sales Performance*

Ada pengaruh positif dan signifikan *Ethica Behaviore* terhadap *Sales Performance*. Hal ini menunjukkan setiap kenaikan *Ethica Behaviore*, maka akan meningkatkan *Sales Performance*. Apabila tenaga penjual selalu melaporkan aktivitas panggilan / laporan jam kerja dengan baik dan benar, melihat teman kerja lain melanggar kebijakan dan peraturan perusahaan Saya melaporkan pada atasan, membuat akun pengeluaran sesuai kenyataan yang ada, mempromosikan manfaat produk atau layanan kepada pelanggan dengan apa adanya sesuai manfaat produk yang ada, maka akan meningkatkan *Sales Performance*. Hasil ini sesuai pendapat Busan (2003), menyatakan bahwa sebagai panduan-panduan untuk bertindak atau bersikap yang berasal dari diri kita sendiri, prinsip-prinsip tentang bagaimana kita menjalani hidup dan mengambil keputusan. Nilai adalah moral dan dasar perilaku yang kita tetapkan untuk diri kita sendiri, yang kebanyakan mencakup konsep-konsep

universal seperti kebenaran, kejujuran, ketidak berpihakan, keadilan, kehormatan dan lain-lain. Peneliti terdahulu Raj Agnihotria and Michael T. Krush (2015), menyatakan bahwa *Ethica Behaviore* berpengaruh positif terhadap *sales person performance*. Semakin tinggi *Ethica Behaviore*, maka akan diikuti kenaikan *Sales Performance*.

PENUTUP

Kesimpulan

1. Ada pengaruh negatif dan signifikan *Job Stress* terhadap *Sales Performance*. Hal ini menunjukkan setiap kenaikan *Job Stress*, maka akan menurunkan *Sales Performance*..
2. Ada pengaruh positif dan signifikan *Job Engagement* terhadap *Sales Performance*. Hal ini menunjukkan setiap kenaikan *Job Engagement*, maka akan meningkatkan *Sales Performance*.
3. Ada pengaruh positif dan signifikan *Effort* terhadap *Sales Performance* Hal ini menunjukkan setiap kenaikan *Effort*, maka akan meningkatkan *Sales Performance*.
4. Ada pengaruh positif dan signifikan *Ethica Behaviore* terhadap *Sales Performance*. Hal ini menunjukkan setiap kenaikan *Ethica Behaviore*, maka akan meningkatkan *Sales Performance*..
5. *Sales Performance* dipengaruhi *job stress, job engagement, effort, dan ethical behaviors* sebesar 53,4%, sedangkan sisanya sebesar 46,6% dipengaruhi faktor lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahearne Zachary R. Hall, Michael, dan Sujana Harish, "The Importance of Starting Right: The Influence of Accurate Intuition on Performance in Salesperson Customer Interactions, *Journal of Marketing*, Vol. 79 91 (May 2015), 91– 109
- Amyx, Sharma and Alford. (2014). "The Influence Of Role Ambiguity And Goal Acceptance On Salesperson Performance And Commitment", *The Marketing Management Journal*, Volume 24, Issue 1, Pages 52-65.
- Anne, Mulya Chistanti dan Edwin Japarianto. 2014. Analisa Persepsi Pelanggan Terhadap Kinerja Agen Properti dan Pengaruhnya Terhadap Kepercayaan di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra* Vol.2, No 1, (2014) 1-8.
- Arafat, Rendy. 2013. Pengaruh Dimensi *Sales Skill* Terhadap Kinerja Penjualan. *Management Analysis Journal*. ISSN 2252-6552.
- Bajari, Makarius. 2006. Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Kinerja Tenaga Penjual Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran. Tesis Program Pasca Sarjana Magister Manajemen Universitas Diponegoro
- Baldauf, Arthur & David W. Cravens. 2010. "The Effect of Moderators on The Salesperson Behavior Performance and salesperson Outcome Performance and Sales Organization Effectiveness Relationship". *European Journal of Marketing*, Vol. 36, No.11/12.
- Ferdinand, Agusty, 2006. "Strategic Selling in Management", Research Paper Series Seri Penelitian Manajemen No. 03/Mark/2004
- Ghozali Imam, (2011), *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, P. 2009. *Manajemen Pemasaran Analisa, Perencanaan, Implementasi, dan Kegunaan*. Edisi Kedelapan. Salemba Empat. Jakarta.
- Mathis Robert L, John H. Jackson, (2009). *Human Resource Management*. Terjemahan: Salemba Empat, Jakarta
- Mowen, Michael Minor. (2012). *Perilaku Konsumen* Jilid 3 Edisi Kedelapan. Jakarta : Erlangga

Raj Agnihotria and Michael T. Krush. 2015. "Salesperson empathy, ethical behaviors, and sales performance: the moderating role of trust in one's manager", *Journal of Personal Selling & Sales Management*. Vol. 35, No. 2, 164–174

Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan RD*. Bandung: Alfabeta.