

PENGARUH PELATIHAN, KEMAMPUAN ADAPTASI, DAN SELF EFFICACY TERHADAP KINERJA MEDICAL REPRESENTATIVE DI PURWOKERTO

Oleh: Irfan Helmy
Dosen STIE Putra Bangsa

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh pelatihan, kemampuan adaptasi dan self efficacy terhadap kinerja medical representative di Kota Purwokerto.

Populasi untuk metode kuantitatif adalah medical representative di Purwokerto. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Metode analisis data kuantitatif yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan pelatihan, kemampuan adaptasi dan self efficacy berpengaruh positif terhadap kinerja medical representative. Kemampuan prediksi dari ketiga variabel ditunjukkan oleh besarnya adjusted R square sebesar 57,2%, sedangkan sisanya 42,8% dipengaruhi oleh faktor lainnya yang tidak dimasukkan ke dalam model penelitian.

Kata kunci: pelatihan, kemampuan adaptasi, self efficacy, kinerja medical representative.

PENDAHULUAN

Perusahaan-perusahaan farmasi di era globalisasi dituntut untuk menghadapi kompetisi yang semakin ketat. Berbagai cara ditempuh perusahaan agar dapat bertahan dan berkembang di dalam pasar. Kondisi ini disebabkan oleh bertambah banyaknya perusahaan-perusahaan farmasi. Saat ini terdapat 199 perusahaan farmasi yang beroperasi di Indonesia. Dari jumlah tersebut sebanyak 35 perusahaan adalah Penanaman Modal Asing (PMA) dengan pangsa pasar yang diperkirakan mencapai 29,5%. Empat perusahaan lain adalah BUMN dengan pangsa pasar sebesar 7,0% dan sisanya Penanaman Modal Dalam Negeri (PMDN) dengan

pangsa pasar 63.5% (Safa, 2011). Berdasarkan kondisi tersebut, setiap perusahaan farmasi harus berjuang lebih keras untuk meningkatkan kinerja dan produktivitasnya. Salah satu cara yang perlu ditempuh adalah pengelolaan sumber daya perusahaan secara efektif dan efisien.

Salah satu sumber daya yang paling penting adalah sumber daya manusia. Keberhasilan perusahaan dalam memasarkan produk tak lepas dari kinerja sumber daya manusianya. Sebaik apapun produk perusahaan apabila tidak didukung oleh karyawan yang memiliki kompetensi dan dedikasi yang tinggi serta kreatifitas dalam memasarkan produknya, maka penjualan tidak akan meningkat. Oleh karena itu, tenaga

penjualan merupakan salah satu sumber daya manusia perusahaan yang memiliki peranan penting dalam pencapaian tujuan perusahaan (Mulatsih, 2010). Manajemen tenaga penjualan sering dipandang sebagai bagian dari manajemen pemasaran yang cukup penting dalam menunjang keberhasilan perusahaan. Kinerja tenaga penjualan memberikan sumbangan besar bagi suatu perusahaan, karena tenaga penjual merupakan pihak penghubung antara perusahaan dengan konsumen.

Berdasarkan penjelasan di atas, untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu menghasilkan penjualan yang optimal, salah satunya dengan cara meningkatkan kualitas tenaga penjualnya. Dalam hal ini, *medical representative* sebagai karyawan yang bertugas mempromosikan obat kepada dokter. Fungsi *medical representative* adalah memberikan informasi agar dokter lebih faham tentang obat yang dibutuhkan. Seorang *medical representative/ detailer* sebelumnya dididik terlebih dahulu tentang *medical knowledge* dan *product knowledge* agar nantinya bisa menerangkan dan berdiskusi dengan dokter. Untuk itu ketersediaan *medical representative* yang berkualitas merupakan suatu keharusan dalam meningkatkan kinerja perusahaan, yang selanjutnya akan meningkatkan penjualan yang berdampak pada keuntungan perusahaan agar dapat terus berkembang.

Kinerja tenaga penjual dapat diukur melalui pencapaian target penjualan yang dihasilkan (Baldauf *et al.*, 2001). *Medical representative* sebagai tenaga penjual dituntut untuk mencapai target penjualan yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Walker *et*

al., (1997) mengembangkan preposisi tentang “*job performance*” yang mengemukakan faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja tenaga penjualan, diantaranya adalah faktor (1) Pelatihan (*sales person training*), (2) kemampuan Adaptasi (*adaptive selling behaviour*) dan (3) keyakinan diri (*self efficacy*).

Ditengah persaingan yang tinggi, perusahaan farmasi, sangat tergantung pada kinerja *medical representative*. *Medical representative* selaku tenaga penjualan dituntut untuk memberikan pencapaian target penjualan yang maksimal untuk kelangsungan hidup perusahaan. Berdasarkan penjelasan dan latar belakang di atas, peneliti telah melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Pelatihan, Kemampuan Adaptasi, dan *Self Efficacy* terhadap Kinerja *Medical representative* di Purwokerto.

Berdasarkan latar belakang dan penjelasan di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah pelatihan berpengaruh terhadap kinerja *medical representative*?
2. Apakah kemampuan adaptasi berpengaruh terhadap terhadap kinerja *medical representative*?
3. Apakah *self efficacy* berpengaruh terhadap terhadap kinerja *medical representative*?

KAJIAN PUSTAKA

Kinerja *Medical Representative*

Kinerja adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang karyawan dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggungjawab yang diberikan kepadanya (Mangkunegara, 2005:9).

Marwansyah (2010:229) mengatakan bahwa kinerja adalah pencapaian atau prestasi seseorang berkenaan dengan tugas-tugas yang dibebankan kepadanya. Simamora (2004:339) menyebutkan bahwa, kinerja (*performance*) mengacu kepada kadar pencapaian tugas-tugas yang membentuk sebuah pekerjaan karyawan. Kinerja merefleksikan seberapa baik karyawan memenuhi persyaratan sebuah pekerjaan. Berdasarkan beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa kinerja adalah hasil dari fungsi suatu pekerjaan atau kegiatan tertentu selama periode tertentu sehingga diketahui seberapa baik karyawan dalam mengerjakan pekerjaannya.

Pelatihan

Menurut Bernardin & Russell (1993) pelatihan adalah setiap usaha untuk memperbaiki kinerja pekerja pada pekerjaan tertentu yang sedang menjadi tanggung jawabnya, atau satu pekerjaan yang ada kaitannya dengan pekerjaannya. Pelatihan lebih berkaitan dengan peningkatan keterampilan karyawan yang sudah menduduki suatu pekerjaan atau tugas tertentu sehingga lebih menekankan pada keterampilan (*skill*). Menurut Sembiring (2010), pelatihan bermanfaat untuk meningkatkan keahlian karyawan suatu perusahaan. Peningkatan keahlian karyawan tertentu dapat memberikan kontribusi yang baik bagi perusahaan dan dapat memberikan tingkat efisiensi dalam melakukan pekerjaan. Tingkat pengetahuan karyawan yang diperoleh setelah menempuh pelatihan membuat pekerjaan yang dilakukan menjadi selesai lebih efisien, cepat, dan tepat waktu (Gouzali Saydam, 2006).

Kemampuan Adaptasi

William & Spiro (1985) mengatakan bahwa tenaga penjual yang sukses adalah mereka yang dapat mengadaptasi gaya komunikasinya secara tepat dalam interaksi dengan pelanggan. Kemampuan beradaptasi yang baik akan memudahkan proses penjualan berikutnya, juga akan menimbulkan hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan.

Adaptive selling practise dikembangkan oleh Weitz and Sujan (1986) dimana kemampuan beradaptasi dalam penjualan digambarkan sebagai perubahan perilaku penjualan selama interaksi pelanggan berdasarkan pada informasi yang berharga tentang sifat-sifat penjualan yang situasional. Hal ini sejalan dengan pendapat Kim (2010) yang mengatakan Untuk memiliki kemampuan adaptasi diperlukan pembelajaran karakter dalam berbagai situasi penjualan. Proses penyesuaian diri mengarah pada hubungan pembelajaran karakter yang lebih ekspresif dalam situasi sosial yang ada dan dapat mengekspresikan diri mereka sendiri dalam berbagai macam cara untuk dapat berekspresi guna menyampaikan tujuan mereka.

Self Efficacy

Teori *self efficacy* merupakan cabang dari *Social Cognitive Theory* yang dikemukakan oleh Bandura (1989) (juga biasa dikenal dengan *Social Learning Theory*). Teori kognitif sosial menurut Bandura menyoroti pertemuan yang kebetulan (*chance encounters*) dan kejadian tak terduga (*fortuitous events*) meskipun pertemuan dan peristiwa tersebut tidak serta merta mengubah

jalan hidup manusia. Cara manusia bereaksi terhadap pertemuan atau kejadian itulah yang biasanya berperan lebih kuat dibanding peristiwa itu sendiri (Feist & Feist, 2008).

Beberapa asumsi awal dan mendasar dari teori kognitif sosial Bandura adalah *Learning Theory* (teori pembelajaran) yang berasumsi bahwa manusia cukup fleksibel dan sanggup mempelajari beragam kecakapan bersikap maupun berperilaku, dan bahwa titik pembelajaran terbaik dari itu semua adalah adanya pengalaman-pengalaman tak terduga (*vicarious experiences*). Teori kognitif sosial Bandura juga mengambil sudut pandang manusia sebagai ‘agen’ terhadap dirinya sendiri, artinya bahwa manusia memiliki kapasitas untuk melatih kendali atas hidupnya (Feist & Feist, 2008). Bandura (1989) yakin bahwa manusia (*humanagency*) adalah makhluk yang sanggup mengatur dirinya, proaktif, reflektif dan mengorganisasikan dirinya. Selain itu, mereka juga memiliki kekuatan untuk mempengaruhi tindakan mereka sendiri demi menghasilkan konsekuensi yang diinginkan (dalam Feist & Feist, 2008).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dikategorikan sebagai penelitian ex-post facto, karena peneliti tidak melakukan tindakan (perlakukan) terhadap variabel yang diteliti, sehingga peneliti hanya melaporkan apa yang terjadi saja. Penelitian ini juga dikategorikan sebagai penelitian kuantitatif. Penelitian

kuantitatif adalah penelitian pada populasi atau sampel tertentu dengan menggunakan data yang dikumpulkan melalui instrumen penelitian yang didahului dengan mengajukan hipotesis (Sugiyono, 2004). Alat pengumpulan data yang digunakan berupa kuesioner dan pengambilan data dilakukan dalam waktu yang bersamaan, sehingga penelitian ini disebut juga penelitian survei (Arikunto, 2002).

Penelitian ini dilaksanakan di Purwokerto, Provinsi Jawa Tengah. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh *medical representative* yang bekerja di perusahaan farmasi di Purwokerto sebanyak 200 orang. Besarnya jumlah sampel ditentukan dengan rumus Slovin (Sugiyono, 2011). Berdasarkan rumus Slovin dalam penelitian ini diperoleh jumlah sampel sebesar 82 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan menggunakan *simple random sampling*, yaitu pengambilan sampel secara acak menggunakan undian.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pengaruh pelatihan, kemampuan adaptasi, dan *self efficacy* terhadap kinerja *medical representative* dapat dicari menggunakan analisis regresi linier berganda. Dalam penelitian ini, analisis regresi linier berganda dilakukan dengan bantuan *software SPSS for Windows* versi 17. Hasil analisis dapat diringkas pada tabel berikut:

Tabel 4.18 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

No	Variabel	Koefisien regresi	t hitung	t tabel	Sig
1	Konstanta	64,448	22,959	1,996	0,000
2	Pelatihan	0,149	2,027	1,996	0,047
3	Kemampuan adaptasi	0,362	3,021	1,996	0,004
4	<i>Self Efficacy</i>	0,423	4,590	1,996	0,000
	R ²	0,572			

PEMBAHASAN

Pengaruh Pelatihan Terhadap Kinerja *Medical Representative*.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa pelatihan berpengaruh positif terhadap kinerja *medical representative*. Pelatihan memberikan pedoman yang baik bagi *medical representative* dalam menjalankan pekerjaannya, selain itu pelatihan juga meningkatkan keahlian *medical representative* dalam melakukan penjualan. Dengan mengikuti pelatihan, *medical representative* memiliki kemampuan untuk menentukan strategi-strategi yang tepat dalam menghadapi pelanggan (dokter). Strategi ini sangat diperlukan untuk menjalin hubungan baik dengan dokter maupun untuk memenangkan persaingan dengan kompetitor. Semakin baik strategi yang dijalankan *medical representative*, maka akan meningkatkan pencapaian target penjualannya. Sejalan dengan “*Sales Training Investment and Performance Theory*” yang dikembangkan oleh Dubinsky (1996) yang mengemukakan bahwa bahwa pelatihan merupakan proses keterampilan kerja, dimana karyawan dapat memperoleh atau mempelajari sikap, kemampuan, keahlian dan perilaku spesifik yang

berkaitan dengan pekerjaan, sehingga dapat mendorong mereka untuk dapat bekerja lebih baik. Semakin baik pelatihan *medical representative* maka semakin pula kinerjanya.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian Cooney, *et al* (2002) yang menekankan bahwa pelatihan dapat mengembangkan kemampuan dan keterampilan karyawan sehingga dapat meningkatkan kinerjanya. Selanjutnya, materi-materi yang disampaikan dalam pelatihan dapat meningkatkan pengetahuan dan kompetensi *medical representative*. *Medical representative* yang telah mengikuti pelatihan memiliki pengetahuan yang lebih baik mengenai produk yang ditawarkan (*product knowledge*) dan bagaimana cara menjualnya sehingga *medical representative* akan bekerja lebih efektif dan efisien. Semakin baik pengetahuan *medical representative* akan meningkatkan kinerja penjualannya. Selain itu, hasil penelitian ini mendukung penelitian Fakhar dan Anwar (2011) yang menekankan pengetahuan, *skill* dan kompetensi tenaga penjualan sangat dipengaruhi oleh faktor pelatihan. Semakin baik pelatihan, akan meningkatkan kinerja dan produktivitas karyawan.

Pengaruh Kemampuan Adaptasi Terhadap Kinerja *Medical Representative*

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa kemampuan adaptasi berpengaruh positif terhadap kinerja *medical representative*. Kemampuan *medical representative* dalam menyesuaikan diri sangat dibutuhkan untuk menghadapi karakteristik dokter yang berbeda-beda. Mereka memerlukan kemampuan untuk memahami kebutuhan dokter, peka dengan situasi dan kondisi lapangan, dan fleksibel dalam menggunakan pendekatan dengan dokter. Kemampuan *medical representative* dalam menyesuaikan diri dapat menciptakan hubungan yang baik dengan pelanggan (*realtionship circumtances*). Semakin baik hubungan dengan dokter, maka semakin baik pula persepsi dokter tertentang *medical representative*. Dokter akan mempercayai *medical representative* dan akan lebih mudah untuk diajak bekerja sama, yang akhirnya dapat meningkatkan penjualan *medical representative*. Hal ini sejalan dengan *Adaptive selling practise theory* yang dikembangkan oleh Weitz dan Sujan (1986) yang mengatakan kemampuan beradaptasi dalam penjualan digambarkan sebagai perubahan perilaku penjualan selama interaksi pelanggan berdasarkan pada informasi yang berharga tentang sifat-sifat penjualan yang situasional, semakin baik kemampuan adaptasi tenaga penjual, akan meningkatkan hasil kerjanya.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian Kim (2010) dan Dong Han (2010) yang menyimpulkan tenaga penjualan yang memiliki kemampuan beradaptasi, akan meningkatkan persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan

yang diberikan sehingga kepercayaan pelanggan terhadap salespeople tersebut semakin tinggi dan meningkatkan penjualannya.

Selanjutnya, kemampuan dalam merencanakan kunjungan menjadi faktor yang sangat penting bagi *medical representative*. Sebelum melaksanakan kunjungan *medical representative* harus mempersiapkan dokumen transaksi dan segala informasi yang berkaitan dengan dokter, misalkan produk apa yang dipakai dokter, seberapa besar target penjualan, dan seberapa besar tagihan yang dibebankan pada dokter. Selain itu ketepatan waktu kunjungan juga merupakan faktor yang menentukan keberhasilan penjualan. Mengunjungi dokter lebih awal sering kali menguntungkan *medical representative* karena kondisi dokter masih fit, sehingga mood dokter masih baik untuk bertemu dengan *medical representative*. Untuk mengetahui waktu berkunjung yang tepat, *medical representative* perlu mencari informasi dari perawat atau sopir, sehingga informasi yang didapatkan akan mempermudah dalam menentukan keputusan dan strategi yang akan dilaksanakan. Semakin baik perencanaan dan pengaturan waktu kunjungan akan meningkatkan penjualan *medical representative*.

Pengaruh *Self Efficacy* Terhadap Kinerja *Medical Representative*

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa *self efficacy* berpengaruh positif terhadap kinerja *medical representative*. *Medical representative* yang memiliki keyakinan diri, merasa mampu menyelesaikan pekerjaan dan selalu mengupayakan strategi atau cara-cara untuk menyelesaikan pekerjaan dengan

baik. *Medical representative* yang memiliki keyakinan tinggi tidak mudah berputus asa ketika menghadapi kesulitan dan tantangan. Rasa percaya diri dapat menimbulkan motivasi dan semangat kegairahan kerja yang tinggi pada *medical representative*. Mereka mempunyai keberanian untuk bertindak dalam melaksanakan apa yang dianggapnya baik dan menguntungkan dalam melaksanakan pekerjaan, sehingga keyakinan diri yang dimiliki *medical representative* sangat berpengaruh terhadap pencapaian kinerjanya. Hal ini sejalan dengan Social Cognition theory yang dikembangkan Bandura (1989) yang mengatakan semakin baik manusia dalam mengatur dirinya, proaktif, reflektif dalam mengorganisasikan dirinya, maka akan semakin yakin atau kuat kemampuan mereka dalam mencapai tujuan yang diinginkan. Dapat pula diartikan seseorang yang memiliki keyakinan dan kepercayaan diri yang tinggi akan berpengaruh dalam pencapaian kinerjanya.

Medical representative dituntut untuk memenuhi target penjualan yang ditetapkan perusahaan. Target penjualan tersebut terkadang menjadi beban atau tantangan bagi *medical representative*. *Medical representative* yang memiliki keyakinan diri, selalu memandang optimis terhadap masalah ataupun yang terjadi dipekerjaannya. Keyakinan diri tersebut membuat target menjadi lebih ringan, artinya seseorang tersebut memandang tugas merupakan tantangan, bukan merupakan sebuah beban.

Medical representative yang memiliki self efficacy yang rendah yakin bahwa usaha yang mereka lakukan dalam menghadapi tantangan yang sulit

akan sia-sia, sehingga cenderung mengalami gejala negatif dari stres. Selain itu, *medical representative* lebih mengandalkan atasan (manager atau supervisor) untuk menyelesaikan masalah pekerjaannya karena mereka tidak yakin akan kemampuannya. Penelitian Lunenburg (2011) yang mengatakan ditengah-tengah persaingan yang tinggi, karyawan yang memiliki self efficacy tinggi akan meningkatkan kinerja organisasi dan kinerja karyawan (job performance) itu sendiri. Selain itu, hasil penelitian Olusola (2011) menyimpulkan self efficacy berpengaruh terhadap tingkat motivasi, pembelajaran dan kinerja seseorang

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Pelatihan berpengaruh positif terhadap kinerja *medical representative*. Hasil penelitian ini mendukung teori "*Sales training investment and Performance*" yang dikembangkan oleh Dubinsky (1996).
2. Kemampuan adaptasi berpengaruh positif terhadap kinerja *medical representative*. Hasil penelitian ini mendukung teori "*Adaptive selling practise*" yang dikembangkan oleh Weitz and Sujana (1986).
3. *Self efficacy* berpengaruh terhadap kinerja *medical representative*. Hasil penelitian ini mendukung *Social Cognitive Theory* yang dikemukakan oleh Bandura (1989).

Saran

1. Perusahaan harus selalu membekali tenaga penjualannya dengan pengetahuan produk (*product-knowledge*) secara detail, terutama untuk produk-produk yang baru

diluncurkan, serta mengadakan pelatihan tentang teknik-teknik dalam menjelaskan keunggulan dan manfaat produk kepada pelanggan secara rutin sehingga dapat memudahkan *medical representative* dalam menjual produk.

2. Perusahaan harus menanamkan pemahaman kepada seluruh *medical representative* bahwa kemampuan adaptasi dalam membuat *customer* yakin untuk membeli produk kita merupakan salah satu keberhasilan yang harus diraih oleh tenaga penjualan sehingga tenaga penjual harus punya banyak pengalaman yang bervariasi dalam presentasi penjualan untuk meyakinkan pelanggan. Bila perlu perusahaan mengadakan *briefing*, *roleplay*, pertemuan dan evaluasi secara rutin sebulan sekali bagi *medical representative*.
3. Perusahaan perlu meningkatkan keyakinan (*self efficacy*) *medical representative* dalam menjalankan pekerjaannya. Hal ini dapat dilakukan dengan memberikan pelatihan yang bersifat memotivasi *medical representative* untuk mengembangkan kemampuan dan rasa percaya diri untuk menghadapi tantangan pekerjaan. Bila perlu perusahaan mendatangkan konsultan atau motivator profesional dalam bentuk pertemuan atau *workshop* yang diadakan secara rutin.
4. Penelitian studi mengenai kinerja tenaga penjualan ini masih dapat dikembangkan lebih lanjut pada penelitian mendatang. Dalam penelitian mendatang diharapkan dapat mengungkap hal-hal yang belum terjawab dalam penelitian ini sehingga lebih melengkapi hasil

temuan penelitian. Misalnya dengan menambahkan beberapa indikator ataupun variabel yang belum dimasukkan dalam penelitian ini, misalnya faktor insentif, pengalaman kerja, jumlah outlet, dsb. Semakin banyak variabel dalam penelitian ini akan diperoleh hasil yang lebih valid.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi, 2002. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Baldauf, Artur and David W. Craven, 2001. The Effect of Moderators on the Salesperson Behaviour and Salesperson Outcome performance and Sales Organization Effectiveness Relationship, *European Journal of Marketing*, Vol. 36. No. 11/12. Pp 1367-1388
- Bandura, A. 1989. *Social cognitive theory*. In R. Vasta (Ed.). Stanford University
- _____ 1997. *A Social Learning Theory*, Prentice Hall, Englewood Cliffs.
- Bernardin, John H., & Russel, Joyce E. A. 1993. *Human Resources Management an Experiential Approach*. McGraw-Hill, Inc.
- Berry, LM and Houston, J.D, 1993. *Psychology at Work*, 3rd edition, Wisconsin 1 Prentice Hall Inc.
- Brum, Scot, 2012. *What Impact Does Training Have on Employee Commiment and Employee Turnover*, Schmidt Labor Research Center Seminar Research Series. University of Rhode Island. Diakses dari <http://www.uri.edu/research/lrc/rese>

- arch/papers/Brum-Commitment.pdf (pada tanggal 11 Maret 2012)
- Cooney, Richard; Terziovski, Mile and Samson, Danny, 2002. Employee Training, Quality Management and The Performance of Australian And New Zealand Manufacturers, *Journal of Business and Economic*. Vol xii. No.34/02, p 134-156.
- Dong Han, 2010. The Impact of Salesperson's Information Overload on Relationship Selling Behaviours and Sales Performance, *Dissertation*, Master of Business, Auckland University of Technology, diakses dari <http://aut.researchgateway.ac.nz/bitstream/handle/10292/931/HanD.pdf?sequence=2>, (pada tanggal 11 Maret 2012)
- Dubinsky, A. J. (1996). Some assumptions about the effectiveness of sales training. *Journal of Personal Selling and Sales Management* , 16(3), 67 – 76
- Feist, J. and Gregory J. Feist, 2008. *Theories of Personality* (Edisi Keenam). Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Ferdinand, Augusty, 2004. *Strategic Selling-in Management: Sebuah Pendekatan Pemodelan Strategi*, research paper series.
- George r. Franke and Jeong-Eun Park, 2006. Salesperson Adaptive Selling Behavior and Customer Orientation: A Meta-Analysis. *Journal of Marketing Research*, Vol. XLIII, 693–702
- Gujarati, 1997. *Dasar-Dasar Ekonometrika*. Erlangga Jakarta.
- Harijanto, Swasto dan Bambang Musadiq, 2003. Pengaruh Pelatihan dan Pengalaman Kerja terhadap Keterampilan dan Kinerja Karyawan. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, Volume 1, No.2. Hal 25-44
- Jones, Gareth, 1986. Socialization Tactics, Self –Efficacy, and New Comers: adjustment in Organization, *Academy of Management Journal*, Vol. 2/9, p 395-419.
- Judeh, Mahfuzh, 2012. Assessing the Influence of Job Characteristics and Self-Efficacy on Job Performance: A Structural Equation Modeling Analysis. *European Journal of Social Sciences*, Vol.28 No.3, pp. 355-365
- Kartajaya, Hermawan, 1996. *Marketing Plus, siasat Memenangkan Persaingan Global*. Jakarta: Gramedia Utama Jakarta
- Kim, Sang Hee, 2010. The Effect Of Emotional Intelligence On Salesperson's Behavior And Customers' Perceived Service Quality. *African Journal of Business Management* Vol. 4(11), pp. 2343-2353
- Levy, Michael and Arun Sharma, 1994. Adaptive Selling: The Role of Gender, Age, Sales Experience, and Education, *Journal of Business Research*. Vol.31, No. 4, p 39-47
- Lunenberg, Fred, C. 2011, Self-Efficacy in the Workplace: Implications for Motivation and Performance,

- International Journal of Management, Business and Administration*, Vol. 14 (4), p 232-367
- Mutlasih, Retno, 2010. Studi Tentang Kinerja Tenaga Penjualan (Kasus Empiris pada PT. Sinar Niaga Sejahtera Area Distribusi Jawa Tengah I), *Tesis*, Magister Manajemen, Universitas Diponegoro (tidak dipublikasikan)
- Sastradipoera, K., 2001. *Asas - Asas Menejemen Perkantoran*. Kappa – Sigma Bandung.
- Sembiring, Jimmy Joses, 2010. *Smart HRD*, Transmedia Pustaka, Jakrta
- Sergio, Roman; alvador, Ruiz, and J.L. Munurea, 2001. The Effect of Sales on Sales Force Activity, *European Journal of Marketing*, Vol.39, No (11/12), p 123-134.
- Simamora, Henry, 1995. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, STIE YKPN, Yogyakarta.
- Spiro, Rosan and Barton A. Weitz, 1990. Adaptive Selling: Conceptualization, Measurement, and Nomological Validity. *Jurnal of Marketing Research*, Vol. XX, No.VII. 61-9
- Steers, R.M. and Porter, L.W. 1979, *Motivational and Work Behavior*, 2nd Ed. New York: Mc. Graw Hill Book.
- Sugiyono, 2004. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.
- Supranto, J, 2001. *Statistik Teori dan Aplikasi Jilid 2*. Erlangga, Jakarta.
- Olusola, Olayiwola, 2011. Intinsic Motivation, Job Satisfaction and Self-Efficacy as Predictors of Job Performance of Industrial Workers. *The Journal of International Social Research*, Vol.4. Hal 7
- Walker, Preville C., Gilbert A. Churchill, Jr, and Neil, M. Ford, 1997. Motivation and Performance in Industrial Selling: Existing Knowledge and Needed Research, *Journal of Marketing Research*, Vol. X11 (3), p 156-68
- Weitz, Barton A and Harish, Sujana (1986) Knowledge, Motivation, and Adaptive Behavior: A Framework for Improving Selling Effectiveness, *Journal of Marketing*, Vol. 50, No. 4.