

**Pengaruh *Adaptive Selling Behavior* (ASB) sebagai
Mediator antara Komunikasi Organisasi dan Kinerja
Penjualan pada *Sales* di PT X**

**Effects of Adaptive Selling Behavior (ASB) as a Mediator between
Organizational Communication and Sales Performance at PT X**

TESIS

Oleh :
Widya Melati Pandam Mandansari
717172016



**PROGRAM STUDI MAGISTER PSIKOLOGI
FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS TARUMANAGARA JAKARTA
2021**

**Pengaruh *Adaptive Selling Behavior* (ASB) sebagai
Mediator antara Komunikasi Organisasi dan Kinerja
Penjualan pada *Sales* di PT X**

**Effects of Adaptive Selling Behavior (ASB) as a Mediator between
Organizational Communication and Sales Performance at PT X**

**Tesis ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Magister Profesi Psikologi (M.Psi)**

**Oleh :
Widya Melati Pandam Mandansari
717172016**



**PROGRAM STUDI MAGISTER PSIKOLOGI
FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS TARUMANAGARA JAKARTA**

2021

PERSETUJUAN UNTUK PENGAJUAN SIDANG TESIS

Kami yang bertanda tangan di bawah ini:

1. Dr. Rostiana, M.Si., Psi. (sebagai Pembimbing I)
2. Dr. Ir. Rita Markus Idulfilastri, M.Psi.T (sebagai Pembimbing II)

menyatakan bahwa tesis berjudul:

Pengaruh *Adaptive Selling Behavior* (ASB) sebagai Mediator antara Komunikasi Organisasi dan Kinerja Penjualan di PT X

yang disusun oleh:

Widya Melati Pandam Mandansari (717172016)

dapat diajukan pada Sidang Tesis Program Studi Magister Psikologi, Fakultas Psikologi Universitas Tarumanagara yang akan diselenggarakan pada bulan Juli 2019.

Jakarta, 27 Juni 2019

Pembimbing I



Dr. Rostiana, M.Si., Psi.

Pembimbing II



Dr. Ir. Rita Markus Idulfilastri, M.Psi.

LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING

JUDUL TESIS : PERAN *ADAPTIVE SELLING BEHAVIOR* (ASB)
SEBAGAI MEDIATOR ANTARA KOMUNIKASI
ORGANISASI DENGAN KINERJA TENAGA
PENJUALAN

NAMA : **Widya Melati Pandam Mandansari /**

MAHASISWA/NIM : **717172016**

Tesis ini telah dipertahankan di hadapan Dewan Penguji Program Studi Magister Psikologi, Universitas Tarumanagara, pada tanggal 08 Juli 2019.

Pembimbing I



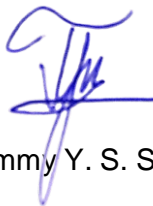
Dr. Rostiana, M Si., Psi.

Pembimbing II



Dr. Ir. Rita Markus Idulfilastri, M.Psi.T

Ketua Program



P. Tommy Y. S. Suyasa

LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI

Nama : Widya Melati Pandam Mandansari

N.I.M. : 717172016

Program Studi : Magister Psikologi

JUDUL TESIS

Pengaruh *Adaptive Selling Behavior* (ASB) sebagai Mediator antara Komunikasi

Organisasi dan Kinerja Penjualan di PT X diuji pada Sidang Tesis pada hari Senin tanggal 8

Juli 2019 dan dinyatakan Lulus oleh Dewan Penguji yang terdiri atas:

1. Ketua : Dr. Zamralita, M.M.,Psikolog
2. Anggota : Dr. Keni, S.E.,M.M.

Jakarta, 22 Januari 2021

Pembimbing I



Dr. Rostiana, M.Si., Psi.

Pembimbing II



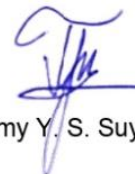
Dr. Ir. Rita Markus Idulfilastri, M.Psi.T

Dekan



Dr. Rostiana, M.Si., Psikolog

Ketua Program



Dr. P. Tommy Y. S. Suyasa, Psikolog

PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PENJIPLAKAN

Saya, nama Widya Melati Pandam Mandansari nomor induk 717172016

dengan ini menyatakan dan menjamin bahwa tesis yang diserahkan kepada Program Studi Magister Psikologi Universitas Tarumanagara,

berjudul: Pengaruh Adaptive Selling Behavior (ASB) sebagai Mediator antara Komunikasi Organisasi dan Kinerja Penjualan di PT X

merupakan karya sendiri yang dibuat dengan tidak melanggar ketentuan plagiarisme dan otoplagiarisme.

Saya menyatakan memahami tentang adanya larangan plagiarisme dan otoplagiarisme dan dapat menerima segala konsekuensi jika melakukan pelanggaran menurut ketentuan peraturan perundang-undangan dan peraturan lain yang berlaku khususnya di lingkungan Universitas Tarumanagara.

Pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun.

Jakarta, 27 Juni 2019



Widya Melati Pandam Mandansari
717172016

**HALAMAN PERNYATAAN
PERSETUJUAN PENGELOLAAN & PUBLIKASI TESIS
OLEH FAKULTAS PSIKOLOGI UNIVERSITAS TARUMANAGARA**

Sebagai sivitas akademik Fakultas Psikologi Universitas Tarumanagara, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama (sesuai KTP) : Widya Melati Pandam Mandansari
NIM : 717172016

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Fakultas Psikologi Universitas Tarumanagara **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

PENGARUH ADAPTIVE SELLING BEHAVIOR (ASB) SEBAGAI MEDIATOR ANTARA KOMUNIKASI ORGANISASI DAN KINERJA PENJUALAN DI PT X

Effects of Adaptive Selling Behavior (ASB) as a Mediator between Organizational Communication and Sales Performance at PT X

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Fakultas Psikologi Universitas Tarumanagara berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), dan **mempublikasikan** *) karya ilmiah (tesis) saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta (*author*) atau sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

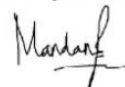
Mengetahui,



Dr. Rostiana, M.Si., Psi.

Jakarta, 22 Januari 2021

Yang menyatakan,



Widya Melati Pandam Mandansari

*) **Hak Publikasi *mohon diedit*** (*boleh dicantumkan / tidak dicantumkan*), tergantung kondisi, apakah karya ilmiah (tesis) **sudah pernah/belum pernah dipublikasikan**.

Jika karya ilmiah (tesis) sudah pernah dipublikasikan, berikut keterangan mengenai Tahun Terbit, Judul, Nama Media Publikasi, Nama Penerbit, atau Link (URL) Publikasi.

Tahun Terbit : _____
Judul Karya : _____
Nama Media : _____
(Judul Jurnal/Prosiding)
Alamat Link (URL) : _____

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN UNTUK PENGAJUAN SIDANG TESIS.....	i
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI	iii
PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PENJIPLAKAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN	v
PERSETUJUAN PENGELOLAAN & PUBLIKASI TESIS	v
OLEH FAKULTAS PSIKOLOGI UNIVERSITAS TARUMANAGARA	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I.....	1
LATAR BELAKANG	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian	13
1.4.1 Manfaat Teoritis	13
1.4.2 Manfaat Praktis.....	13
BAB II.....	14
KAJIAN PUSTAKA.....	14
2.1 Kinerja.....	14
2.1.1 Definisi Kinerja.....	14
2.1.2 Dimensi Kinerja.....	14
2.1.3 Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Kinerja.....	15
2.2 Komunikasi Organisasi.....	15
2.2.1 Definisi Komunikasi Organisasi	15
2.2.2 Dimensi Komunikasi Organisasi	16
2.3 <i>Adaptive Selling Behavior (ASB)</i>	17
2.3.1 Ketrampilan Tenaga Penjualan.....	17

2.3.2 Definisi <i>Adaptive Selling Behavior</i> (ASB).....	20
2.3.3 Karakteristik <i>Adaptive Selling Behavior</i> (ASB)	21
2.4 Kerangka Berpikir	22
BAB III	25
METODE PENELITIAN	25
3.1 Partisipan Penelitian.....	25
3.2 Desain Penelitian	27
3.3 Setting Lokasi dan Perlengkapan Penelitian	27
3.4 Pengukuran/Instrumen Penelitian	28
3.4.1 Kinerja individu	28
3.4.2 Komunikasi Organisasi.....	30
3.4.3 <i>Adaptive Selling Behavior</i> (ASB).....	31
3.5 Rencana Prosedur	32
BAB IV.....	34
HASIL PENELITIAN.....	34
4.1 Gambaran Variabel Penelitian	34
4.1.1 Kinerja berdasarkan IWP.....	34
4.1.2 Kinerja berdasarkan Penilaian Perusahaan	37
4.1.3 Komunikasi Organisasi berdasarkan OCQ	37
4.1.4 <i>Adaptive Selling Behavior</i> (ASB) berdasarkan <i>ADAPTS Scale</i>	40
4.2 Uji Hipotesis.....	42
4.2.1 ASB sebagai Mediator antara Komunikasi Organisasi dan Kinerja	42
4.2.2 ASB sebagai Mediator antara Komunikasi Organisasi dan Task Performance	44
4.2.3 ASB sebagai Mediator antara Komunikasi Organisasi dan Contextual Performance	45
4.2.4 ASB sebagai Mediator antara Komunikasi Organisasi dan CWB.....	47
4.2.5 ASB sebagai Mediator antara Komunikasi Organisasi dan Kinerja (Penilaian Perusahaan)	49
4.3 Analisa Data Tambahan berdasarkan Data Demografis	50
4.3. 1 Uji Beda Gambaran Kinerja berdasarkan Jenis Kelamin	50
4.3.2 Uji Beda Gambaran Kinerja berdasarkan Masa Kerja	51
4.3.3 Uji Beda Gambaran Kinerja berdasarkan Usia	52
4.3.4 Uji Beda Gambaran Kinerja berdasarkan Jenjang Pendidikan.....	53

BAB V.....	54
SIMPULAN, DISKUSI, DAN SARAN.....	54
5.1 Simpulan	54
5.2 Diskusi.....	54
5.3 Saran	57
5.3.1 Saran Teoritis	57
5.3.2 Saran Praktis	58
DAFTAR PUSTAKA	60

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Pencapaian Target Tim Sales.....	4
Tabel 2 Produk yang dibangun dan dipasarkan tahun 2018- Maret 2019	4
Tabel 3 Alasan Keluarnya <i>Sales</i> dari Perusahaan	5
Tabel 4 Gambaran Partisipan Berdasarkan Jenis Kelamin	25
Tabel 5 Gambaran Partisipan Berdasarkan Masa Kerja	26
Tabel 6 Gambaran Partisipan Berdasarkan Usia	26
Tabel 7 Gambaran Partisipan Berdasarkan Jenjang Pendidikan	26
Tabel 8 Item pada Alat Ukur IWP	29
Tabel 9 Reliabilitas Alat Ukur IWP.....	29
Tabel 10 Uji beda alat ukur IWP dan Penilaian Perusahaan	29
Tabel 11 Alat ukur OCQ	31
Tabel 12 Reliabilitas Alat ukur OCQ.....	31
Tabel 13 Alat ukur ASB	32
Tabel 14 Reliabilitas Alat ukur ASB.....	32
Tabel 15 Nilai Rata-rata dan Standar Deviasi Kinerja.....	35
Tabel 16 Item-item yang memiliki nilai yang rendah pada alat ukur IWP	36
Tabel 17 <i>Nilai Rata-rata dan Standar Deviasi</i> Kinerja berdasarkan penilaian perusahaan.....	37
Tabel 18 Data Pencapaian Penjualan 2018-2019	37
Tabel 19 <i>Nilai Rata-rata dan Standar Deviasi</i> Komunikasi Organisasi.....	39
Tabel 20 Item-item yang memiliki nilai yang rendah pada alat ukur OCQ.....	40
Tabel 21 Nilai Rata-rata dan Standar Deviasi ASB	41
Tabel 22 Item-item yang memiliki nilai yang rendah ASB	41
Tabel 23 Hasil uji ASB mediator antara Komunikasi Organisasi Kinerja	43
Tabel 24 Hasil uji ASB sebagai mediator antara Komunikasi Organisasi terhadap Kinerja dilihat dari efek yang dihasilkan	43
Tabel 25 Hasil uji ASB sebagai mediator antara Komunikasi Organisasi terhadap <i>Tak Performance</i>	44
Tabel 26 Hasil uji ASB sebagai mediator antara Komunikasi Organisasi terhadap <i>Task Performance</i> dilihat dari efek yang dihasilkan.....	45
Tabel 27 Hasil uji ASB sebagai mediator antara Komunikasi Organisasi terhadap <i>Contextual Performance</i>	46
Tabel 28 Hasil uji ASB sebagai mediator antara Komunikasi Organisasi terhadap <i>CWB</i>	46

Tabel 29 Hasil uji ASB sebagai mediator antara Komunikasi Organisasi terhadap CWB.....	48
Tabel 30 Hasil uji ASB sebagai mediator antara Komunikasi Organisasi terhadap CWB dilihat dari efek yang dihasilkan.....	48
Tabel 31 Hasil uji ASB sebagai mediator antara Komunikasi Organisasi terhadap Kinerja.....	49
Tabel 32 Hasil uji ASB sebagai mediator antara Komunikasi Organisasi terhadap Kinerja dilihat dari efek yang dihasilkan.....	50
Tabel 33 Kinerja Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
Tabel 34 Uji Beda Kinerja Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
Tabel 35 Kinerja Berdasarkan Masa Kerja.....	52
Tabel 36 Uji Beda Kinerja Berdasarkan Masa Kerja.....	52
Tabel 37 Kinerja Berdasarkan Usia.....	52
Tabel 38 Uji Beda Kinerja Berdasarkan Usia.....	52
Tabel 39 Kinerja Berdasarkan Jenjang Pendidikan.....	53
Tabel 40 Uji Beda Kinerja Berdasarkan Jenjang Pendidikan.....	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Bagan Kerangka Berpikir	21
Gambar 2 Hasil uji mediasi ASB hubungan komunikasi organisasi dan kinerja .	43
Gambar 3 Hasil uji mediasi hubungan komunikasi organisasi dengan kinerja ...	44
Gambar 4 Hasil uji mediasi ASB hubungan komunikasi organisasi dengan <i>task performance</i>	45
Gambar 5 Hasil uji mediasi hubungan komunikasi organisasi dengan <i>task performance</i>	45
Gambar 6 Hasil uji mediasi ASB hubungan komunikasi organisasi dengan <i>contextual performance</i>	47
Gambar 7 Hasil uji mediasi ASB hubungan komunikasi organisasi dengan <i>contextual performance</i>	47
Gambar 8 Hasil uji mediasi ASB hubungan antara komunikasi organisasi dengan CWB.....	48
Gambar 9 Hasil uji mediasi hubungan antara komunikasi organisasi dengan CWB.....	49
Gambar 10 Hasil uji mediasi ASB hubungan antara komunikasi organisasi dengan kinerja	50
Gambar 11 Hasil uji mediasi hubungan antara komunikasi organisasi dengan kinerja.....	50

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	66
Lampiran 2 Reliabilitas IWP	72
Lampiran 3 Reliabilitas OCQ.....	73
Lampiran 4 Reliabilitas ASB	74
Lampiran 5 Process KO, Kinerja, ASB	75
Lampiran 6 Process KO, TP, ASB.....	77
Lampiran 7 Process KO, CP, ASB	79
Lampiran 8 Process KO, ASB, ASB	81
Lampiran 9 Process KO, Kinerja Kantor, ASB	83
Lampiran 10 Form Kerjasama Penelitian	85

ABSTRAK

Peran *Adaptive Selling Behavior* (ASB) sebagai Mediator antara Komunikasi Organisasi dengan Kinerja Tenaga Penjualan

Widya Melati Pandam Mandansari, Rostiana, Rita Markus Idulfilastri
Fakultas Psikologi, Universitas Tarumanagara, Jl. Let. Jend. S. Parman No. 1,
Jakarta, Indonesia

{eligyawidyamandan@gmail.com; rostiana@fpsi.untar.ac.id;
ritamarkus@fpsi.untar.ac.id}

Abstrak

Kata Kunci : Komunikasi Organisasi, *Adaptive Selling Behavior* (ASB), Kinerja

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh komunikasi organisasi terhadap kinerja penjualan melalui *Adaptive Selling Behavior* (ASB) sebagai variabel mediator. *Adaptive Selling Behavior* (ASB) adalah perubahan perilaku penjualan melalui interaksi dengan pelanggan berdasarkan informasi persepsi tentang sifat situasi penjualan. ASB membantu staf penjualan untuk mengadopsi strategi pemasaran dan menyesuaikan pesan mereka agar sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pelanggan. ASB dapat digunakan sebagai penentu kinerja penjualan. Salah satu faktor organisasi yang mempengaruhi penjualan adaptif (ASB) adalah gaya manajemen. Dalam hal ini dapat dikaitkan dengan gaya manajemen dalam berkomunikasi, ASB yang sukses akan membutuhkan pemahaman dan kolaborasi antara atasan dan staf penjualan. Informasi dalam komunikasi yang tepat dan akurat dapat meningkatkan kinerja penjualan. Penelitian ini menggunakan metode purposive sampling sebanyak 83 partisipan staf penjualan. Analisa data menggunakan metode bootstrapping Hayes atau biasa disebut dengan PROCESS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ASB berperan sebagai mediator antara komunikasi organisasi dengan kinerja, dan menghasilkan nilai efek total $p = 0.0071$ ($p < 0.05$) dan dapat dinyatakan signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa ASB berfungsi sebagai mediator pada hubungan komunikasi organisasi dengan kinerja karyawan.

ABSTRACT

Role of Adaptive Selling Behavior (ASB) as a Mediator between Organizational Communication and Sales Performance at PT X

Widya Melati Pandam Mandansari, Rostiana, Rita Markus Idulfilastri
Faculty of Psychology, Tarumanagara University, Jl. Let. Jend. S. Parman No. 1,
Jakarta, Indonesia

eligawidyamandan@gmail.com; rostiana@fpsi.untar.ac.id;
ritamarkus@fpsi.untar.ac.id

Abstract

Keywords: Organizational communication; Adaptive Selling Behavior (ASB), Performance

Abstract: This research has a propose to examine the effect of organizational communication on sales performance through Adaptive Selling Behavior (ASB) as a mediator variable. Adaptive Selling Behavior (ASB) is a change in sales behavior through interactions with customers based on perceptual information about the nature of the sales situation. ASB helps sales staff to adopt marketing strategies and tailor their messages to suit customer needs and preferences. ASB can be used as a determinant of sales performance. One of the organizational factors that influence adaptive selling (ASB) is management style. In terms of the management style in communication, successful ASB will require understanding and collaboration between superiors and sales staff. Information in precise and accurate communication can improve sales performance. This research used a purposive sampling method of 83 sales staff participants. Based on the results of data analysis using the Hayes bootstrapping method or commonly called the PROCESS. The results showed that ASB acts as a mediator between organizational communication and performance, and produces a total effect value of $p = 0.0071$ ($p < 0.05$) and can be stated as significant, and it was found that Adaptive Selling Behavior (ASB) has a role as a mediator variable in organizational communication on sales performance.