

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

CV. Utama Jaya Distribusi adalah perusahaan distribusi yang beralamatkan di Desa Troso Rt 005 RW 010. Sebagai perusahaan distribusi CV. Utama Jaya Distribusi merupakan subdist dari MAYORA GROUP yang bertugas mendistribusikan produk-produk dari mayora ketangan para konsumen. Produk dari mayora diantaranya adalah (Roma kelapa,slai olai, malkist, better, chokichoki, bengbeng, kopiko, tamarin, energen, torabika, teh pucuk harum, lemineral, kopikap dll.)

VISI

Menjadi perusahaan distributor yang kompetitif dan terpercaya

MISI

1. Memberikan pelayanan yang optimal, profesional dan inovatif menuju kepuasan pelanggan.
2. Menerapkan standar operasional perusahaan yang efektif, efisien dan sehat dalam segala aspek.
3. Senantiasa mengembangkan karyawan berkompeten sebagai aset penting perusahaan dan menciptakan lingkungan yang baik.

4.2 Deskripsi Responden

Sebelum masuk tahap pengujian, peneliti terlebih dahulu akan dikemukakan gambaran karakteristik-karakteristik responden dengan tujuan untuk menampilkan informasi relevan yang tergantung dalam data penelitian tersebut. Deskriptif

demografis responden yang menunjukkan presentasi usia, jenis kelamin, dan pendidikan. Berikut merupakan rangkuman data mengenai deskripsi karakteristik responden yang ditampilkan.

Tabel 4. 1 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

No	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	Usia <20 tahun	11	19,6
2	Usia 20-30 tahun	22	39,3
3	Usia 31-40 tahun	17	30,4
4	Usia >41 tahun	6	10,7
Jumlah		56	100.0

Sumber: Lampiran 3, halaman 71

Usia karyawan CV. Utama Jaya Distribusi sangat beragam, dari tabel diatas menunjukkan bahwa jumlah pekerjanya yang paling banyak adalah karyawan usia 20-30 tahun yaitu sebesar 39,3% dan diikuti dengan karyawan usia 31-40 tahun sebesar 30,4% sedangkan karyawan usia diatas 41 tahun sebesar 10,7% dan yang paling sedikit adalah usia dibawah 20 tahun yaitu sebesar 19,6% dari total jumlah responden.

Tabel 4. 2 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	laki-laki	48	85,7%
2	Perempuan	8	14,3%
Jumlah		56	100%

Sumber : Lampiran 3, halaman 72

Dari data diatas menunjukkan bahwa responden penelitian ini, jumlah karyawan laki-laki lebih banyak dibanding dengan jumlah karyawan perempuan,

dengan presentasi 85,7% berbanding dengan 14,3% lebih dominan karyawan laki-laki dikarenakan pekerjaan dalam distribusi barang membutuhkan tenaga serta kecakapan. Sehingga diperlukan lebih banyak tenaga kerja laki-laki dibanding perempuan.

Tabel 4. 3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan

No	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	SD	4	7,1%
2	SMP	8	14,3%
3	SLTA	25	44,7%
4	S1	19	33,9%
Jumlah		56	100%

Sumber: Lampiran 3, halaman 72

Tingkat pendidikan karyawan CV. Utama Jaya Distribusi sangat beragam, dari tabel diatas menunjukkan bahwa jumlah pekerjanya yang paling banyak adalah karyawan dengan tingkat pendidikan SLTA yaitu sebesar 44,7% dan diikuti dengan karyawan berpendidikan S1 sebesar 33,9% sedangkan karyawan berpendidikan SMP sebesar 14,3% dan yang paling sedikit adalah karyawan yang berpendidikan SD yaitu sebesar 7,1% dari total jumlah responden.

4.3 Deskripsi Variabel

Analisis deskriptif variabel bertujuan untuk mengetahui gambaran jawaban responden terhadap variabel. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel kompetensi penjual (X1), orientasi pelanggan (X2), penjualan adaptif (X3) dan kinerja tenaga penjual (Y). Penelitian ini menggunakan skala *Likert* dan menggunakan beberapa butir pernyataan dengan memberikan skor dari 1 sampai

5. Dengan keterangan, skor 1 adalah sangat tidak setuju. Skor 2 adalah tidak setuju. Skor 3 adalah netral. Skor 4 adalah setuju. Terakhir, skor 5 adalah sangat setuju. Hasil perhitungan jawaban responden bisa dilihat pada tabel masing-masing variabel berikut ini:

4.3.1. Deskripsi Jawaban Responden tentang Kinerja Tenaga Penjual (Y)

Indikator-indikator dari kinerja tenaga penjual (Y) terbagi atas 5 indikator yaitu menghasilkan pangsa pasar, menghasilkan penjualan produk, menghasilkan satuan penjualan dalam mata uang, mempertahankan pelanggan prioritas, menemukan dan membangaun hubungan dengan pelanggan baru. Adapun hasil deskripsi jawaban responden untuk kinerja tenaga penjual sebagai berikut:

Tabel 4.4
Distribusi Frekuensi Jawaban Tentang Kinerja Tenaga Penjual (Y)

Item	STS (1)		TS (2)		N (3)		S (4)		SS (5)		mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
Y1	0	0%	0	0%	9	16%	39	70%	8	14%	4
Y2	0	0%	0	0%	1	2%	53	95%	2	4%	4
Y3	1	2%	0	0%	11	20%	24	43%	20	36%	4
Y4	0	0%	0	0%	1	2%	44	79%	11	20%	4
Y5	0	0%	0	0%	10	18%	43	77%	3	5%	4

Sumber: Lampiran 2, halaman 70

Berdasarkan tabel 4.4 dapat dilihat bahwa banyak responden yang menyatakan setuju terkait dengan kinerja tenaga penjual dengan prosentase lebih dari 50 % dan yang menyatakan tidak setuju hanya mencapai 2% dengan rata-rata menyatakan setuju dengan kata lain bahwa kinerja tenaga penjual dari tahun ketahun mengalami peningkatan kinerja tenaga penjual.

4.3.2. Deskripsi Jawaban Responden Tentang Kompetensi Penjual (X1)

Indikator-indikator dari variabel kompetensi penjual (X1) terbagi atas 7 indikator. Adapun hasil deskripsi jawaban responden untuk variabel kompetensi penjual sebagai berikut:

Tabel 4.5
Distribusi Frekuensi Jawaban Variabel Kompetensi Penjual (X1)

Item	STS (1)		TS (2)		N (3)		S (4)		SS (5)		mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
X1.1	18	32%	1	2%	1	2%	34	61%	2	4%	3,02
X1.2	0	0%	0	0%	9	16%	45	80%	2	4%	3,88
X1.3	0	0%	2	4%	15	27%	38	68%	1	2%	3,68
X1.4	0	0%	0	0%	15	27%	39	70%	2	4%	3,77
X1.5	0	0%	0	0%	31	55%	23	41%	2	4%	3,48
X1.6	0	0%	0	0%	15	27%	35	63%	6	11%	3,84
X1.7	0	0%	0	0%	0	0%	25	45%	31	55%	4,55

Sumber: Lampiran 2, halaman 70

Berdasarkan tabel 4.5 dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan tidak setuju mencapai 31% terkait kemampuan menguasai pengetahuan produk ini menjadi indikasi bahwa tenaga penjual masih banyak yang mengetahui secara detail terkait produk yang ditawarkan. sedangkan yang menyatakan setuju lebih dari 50% dengan demikian dapat disimpulkan responden memiliki kompetensi yang cukup baik untuk meningkatkan penjualan sehingga dapat meningkatkan kinerja tenaga penjual.

4.3.3. Deskripsi Jawaban Responden tentang Orientasi pelanggan (X2)

Indikator-indikator dari variabel orientasi pelanggan (X2) terbagi atas 4 indikator. Adapun hasil deskripsi jawaban responden untuk variabel orientasi pelanggan sebagai berikut:

Tabel 4.6
Distribusi Frekuensi Jawaban Variabel Orientasi Pelanggan (X2)

Item	STS (1)		TS (2)		N (3)		S (4)		SS (5)		mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
X2.1	0	0%	0	0%	0	0%	37	66%	19	34%	4,34
X2.2	0	0%	0	0%	1	2%	52	93%	3	5%	4,04
X2.3	0	0%	0	0%	0	0%	39	70%	17	30%	4,3
X2.4	0	0%	2	4%	27	48%	24	43%	3	5%	3,5

Sumber: Lampiran 2, halaman 70

Berdasarkan tabel 4.6 dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan tidak setuju mencapai 4% sedangkan yang menyatakan setuju lebih dari 50% dengan demikian dapat disimpulkan responden memahami tentang kebutuhan pelanggan serta memprioritaskan kebutuhan pelanggan.

4.3.4. Deskripsi Jawaban Responden tentang Penjualan Adaptif (X3)

Indikator-indikator dari variabel penjualan adaptif (X3) terbagi atas 3 indikator. Adapun hasil deskripsi jawaban responden untuk variabel penjualan adaptif sebagai berikut:

Tabel 4.7
Distribusi Frekuensi Jawaban Variabel Penjualan Adaptif (X3)

Item	STS (1)		TS (2)		N (3)		S (4)		SS (5)		mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
X3.1	14	25%	15	27%	17	30%	10	18%	0	0%	3,01
X3.2	2	4%	11	48%	27	48%	16	29%	0	0%	3,04
X3.3	0	0%	15	41%	23	41%	18	32%	0	0%	3,45

Sumber: Lampiran 2, halaman 70

Berdasarkan tabel 4.7 dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan tidak setuju mencapai 25% sedangkan yang menyatakan setuju kurang dari 50% dengan demikian dapat disimpulkan responden masih rendah dalam hal penjualan adaptif

hal ini disebabkan barang yang ditawarkan ditentukan oleh perusahaan sehingga untuk memenuhi setiap permintaan pelanggan masih terbatas.

4.4 Analisis Data

4.1.1. Uji Kualitas Data

4.1.1.1. Uji Validitas

Uji validitas berguna untuk mengetahui apakah ada pernyataan pada kuesioner yang harus dibuang atau diganti karena dianggap tidak relevan. Validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan uji momen *product correlation* atau yang lebih dikenal dengan nama *corrected item-total correlation*. Penelitian ini menggunakan sampel (n) sebanyak 56 responden, maka besarnya $df = 56 - 3 = 53$. Dengan $\alpha = 0.05$ maka diperoleh r_{tabel} sebesar 0.224. berikut adalah ukuran validitas tiap-tiap butir pernyataan setiap variabel dalam penelitian ini.

Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Variabel Kompetensi Penjual

Item pernyataan	R_{hitung}	R_{tabel}	Kesimpulan
X1.1	0.632	0.224	Valid
X1.2	0.690	0.224	Valid
X1.3	0.650	0.224	Valid
X1.4	0.373	0.224	Valid
X1.5	0.343	0.224	Valid
X1.6	0.425	0.224	Valid
X1.7	0.591	0.224	Valid

Sumber: Lampiran 4, halaman 75

Berdasarkan pada tabel 4.8 diatas menunjukkan bahwa seluruh pernyataan dalam variabel independen kompetensi penjual adalah valid. Hal ini terlihat bahwa nilai *corrected item –total correlation* (R_{hitung}) setiap item pernyataan $> r_{tabel}$ (0.224).

Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Variabel Orientasi Pelangan

Item Pernyataan	Rhitung	Rtabel	Kesimpulan
X2.1	0.757	0.224	Valid
X2.2	0.884	0.224	Valid
X2.3	0.797	0.224	Valid
X2.4	0.621	0.224	Valid

Sumber: Lampiran 4, halaman 74

Berdasarkan pada tabel 4.9 diatas menunjukkan bahwa seluruh pernyataan dalam variabel independen orientasi penjual adalah valid. Hal ini terlihat bahwa nilai *corrected item-total correlation* (r_{hitung}) setiap item pernyataan $> r_{tabel}$ (0.224).

Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Variabel Penjualan Adaptif

Item Pernyataan	Rhitung	Rtabel	Kesimpulan
X3.1	0.678	0.224	Valid
X3.2	0.650	0.224	Valid
X3.3	0.615	0.224	Valid

Sumber: Lampiran 4, halaman 74

Berdasarkan pada tabel 4.10 diatas menunjukkan bahwa seluruh pernyataan dalam variabel independen Penjualan Adaptif adalah valid. Hal ini terlihat bahwa nilai *corrected item-total correlation* (r_{hitung}) setiap item pernyataan $> r_{tabel}$ (0.224).

Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Kinerja Tenaga penjual

Item Pernyataan	Rhitung	Rtabel	Kesimpulan
Y.1	0.658	0.224	Valid
Y.2	0.592	0.224	Valid
Y.3	0.721	0.224	Valid
Y.4	0.708	0.224	Valid
Y.5	0.354	0.224	Valid

Sumber: Lampiran 4, halaman 73

Berdasarkan pada tabel diatas menunjukkan bahwa seluruh pernyataan dalam variabel dependen kinerja tenaga penjual adalah valid. Hal ini terlihat bahwa nilai *corrected item-total correlation* (r_{hitung}) setiap item pernyataan $> r_{tabel}$ (0.224).

4.1.1.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas berguna untuk menetapkan apakah instrumen dalam hal ini kuesioner dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak oleh responden yang sama. Suatu angket atau kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang atau responden terhadap pertanyaan konsisten dari waktu ke waktu. Pengujian reliabilitas data dilakukan dengan membandingkan koefisien alpha (*cronbach's alpha*). Menurut (Sekaran, 2006) suatu kuesioner dikatakan reliabel apabila mempunyai nilai alpha lebih dari 0,6.

Tabel 4. 12 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel Penelitian	Cronbach's Alpha	Kesimpulan
Kompetensi penjual (X1)	0.632	Reliabel
Orientasi pelanggan (X2)	0.661	Reliabel
Penjualan adaptif (X3)	0.670	Reliabel
Kinerja tenaga penjual (Y)	0.617	Reliabel

Sumber: Lampiran 4, halaman 73-75

Berdasarkan tabel 4.12 diatas menunjukkan bahwa nilai Cronbach Alpha untuk masing-masing variabel penelitian, nilainya > 0.6 yaitu variabel kompetensi penjual (X1) sebesar 0.632, variabel orientasi pelanggan (X2) sebesar 0.661, untuk variabel penjualan adaptif (X3) sebesar 0.670 dan kinerja tenaga penjual (Y) sebesar 0.615, yang menunjukkan bahwa dapat diterimanya derajat reliabilitas. Maka disimpulkan bahwa instrumen pada masing-masing variabel

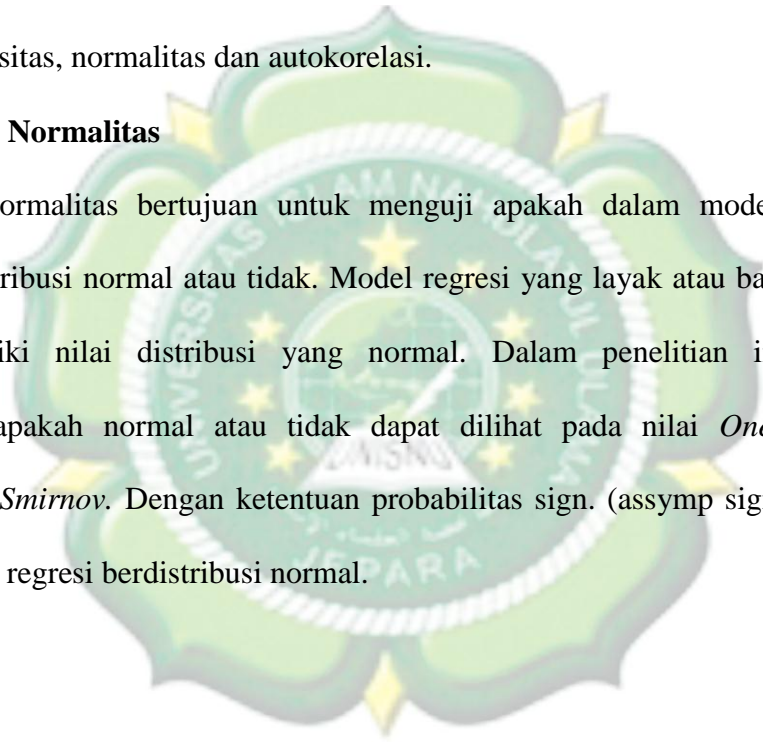
penelitian memiliki kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab halpertanyaan yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pernyataan yang merupakan dimensi suatu variabel yang disusun dalam suatu bentuk angket atau kuesioner.

4.1.2. Uji Asumsi Klasik

Hipotesis penelitian ini diuji dengan menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Analisis regresi linier harus terpenuhi beberapa pengujian prasyarat analisis atau asumsi klasik, antara lain multikolinieritas, heterokedastisitas, normalitas dan autokorelasi.

4.1.2.1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang layak atau baik adalah yang memiliki nilai distribusi yang normal. Dalam penelitian ini untuk mendeteksi apakah normal atau tidak dapat dilihat pada nilai *One Sample Kolmogorov Smirnov*. Dengan ketentuan probabilitas sign. (assymp sign) > 0.05 berarti model regresi berdistribusi normal.



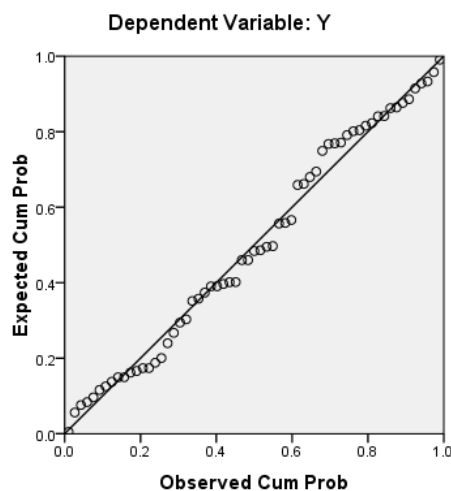
Tabel 4. 13 Hasil Uji Normalitas**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		56
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	2,11961784
Most Extreme Differences	Absolute	,092
	Positive	,052
	Negative	-,092
Kolmogorov-Smirnov Z		1,128
Asymp. Sig. (2-tailed)		,157

Sumber: Lampiran 5 , halaman 76

Berdasarkan tabel 4.13 diketahui nilai Assymp. Sign. sebesar 0.157 dimana nilai tersebut lebih besar dari 0.05, sehingga dapat dikatakan bahwa data tersebut berdistribusi normal. Selain itu juga bisa dilihat dengan menggunakan gambar P-P Plot. Pada pengujian normalitas ini dapat dilihat dari gambar berikut:

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

**Gambar 4. 1 Uji Normalitas**

Berdasarkan gambar 4.1 menunjukkan bahwa data menyebar disekitar garis-garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

4.1.2.2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas berguna untuk mengetahui apakah pada model regresi yang digunakan telah ditemukan korelasi kuat antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen. Kriteria penilaian kolinieritas dapat diketahui dari besaran VIF (*variance inflation factor*). Kriterianya adalah jika nilai VIF di sekitar angka satu maka tidak terjadi multikolinieritas dan mempunyai angka *tolerance* mendekati satu. Nilai VIF yang lebih besar dari 10 dan *tolerance* dibawah 0.1 menunjukkan adanya gejala multikolinearitas dalam model regresi.

Tabel 4. 14 Hasil Uji Multikolinearitas

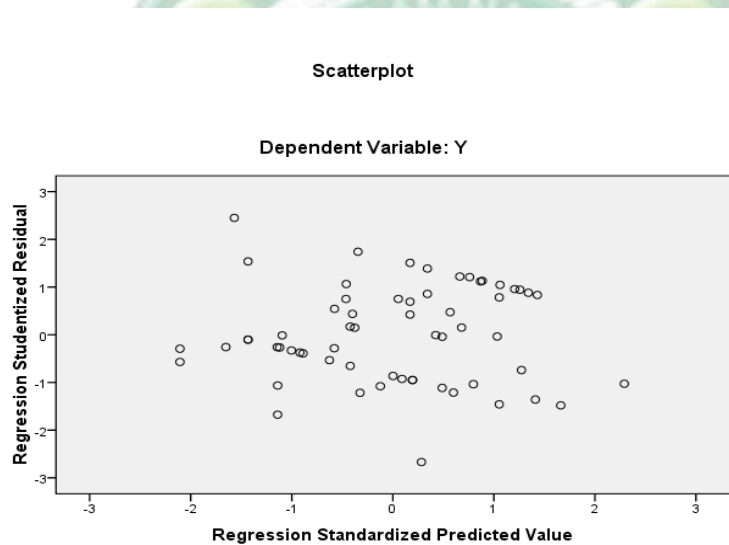
Model	Tolerance	VIF	Kesimpulan
Kompetensi penjual	0.956	1,046	Tidak terjadi multikolinearitas
Orientasi pelanggan	0.922	1,085	
Penjualan adaptif	0.963	1,039	

Sumber: Lampiran 4, halaman 77

Berdasarkan tabel 4.14 menunjukkan bahwa uji VIF memiliki nilai < 10 , yaitu variabel kompetensi penjual (X1) sebesar 1.046, variabel orientasi pelanggan (X2) sebesar 1.085, dan variabel penjualan adaptif (X3) sebesar 1.039. sehingga dapat dikatakan bahwa data tidak terjadi multikolinearitas.

4.1.2.3. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas muncul apabila kesalahan atau residual dari model yang diamati tidak memiliki varian yang konstan dari suatu observasi lainnya. Konsekuensinya adanya heterokedastisitas dalam model regresi adalah estimator yang diperoleh menjadi tidak efisien. Model regresi yang layak adalah yang hasilnya bebas heterokedastisitas. Pengujian heterokedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan scatter plot. Jika tidak terdapat pola yang teratur pada titik-titik residualnya, maka dapat disimpulkan tidak adanya masalah heterokedastisitas. Hasil pengujian pada Lampiran sebagaimana juga pada gambar berikut ini.



Gambar. 4.2 Uji Heteroskedastisitas

Hasil pengujian heteroskedastisitas menunjukkan tidak ada pola tertentu, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

4.1.3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi adalah suatu analisis yang digunakan untuk mengukur pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Penghitungan statistik untuk mengolah data adalah menggunakan program komputer SPSS for windows versi 20.0, untuk mengetahui pengaruh kompetensi penjual, orientasi pelanggan, dan penjualan adaptif terhadap kinerja tenaga penjual. Hasilnya dapat dilihat pada tabel 4.14.

Tabel 4. 14 Perhitungan Analisis Regresi Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.409	.521		4.623	.000
	Kompetensi penjual	.250	.119	.250	2.611	.010
	Orientasi pelanggan	.190	.086	.190	2.826	.005
	Penjualan adaptif	.142	.108	.542	5.531	.000

Sumber: Lampiran 5, halaman 77

Dari tabel 4.14 diatas dapat diketahui bahwa nilai konstanta (a) sebesar 2.409 artinya ketiga variabel yaitu kompetensi penjual, orientasi pelanggan, dan penjualan adaptif variabel dependen yaitu sebesar 2.409. koefisien regresi variabel kompetensi penjual atau X1 sebesar 0.250, koefisien regresi variabel orientasi pelanggan atau X2 sebesar 0.190 dan koefisien regresi variabel penjualan adaptif sebesar 0.142. dengan demikian model persamaan regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut:

$$(Y) = 2.409 + 0.250 (X1) + 0.190(X2) + 0.142 (X3)$$

Hasil analisis dengan menggunakan program SPSS for windows versi 23.0 maka diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Nilai konstanta dari variabel kompetensi penjual, orientasi pelanggan, dan penjualan adaptif sebesar 2.409 dari ketiga variabel dapat memberikan pengaruh positif terhadap kinerja tenaga penjual.
2. Kompetensi penjual (X1) sebesar 0.250, jadi variabel kompetensi penjual berpengaruh dan signifikan terhadap kinerja tenaga penjual. Artinya semakin tinggi kompetensi penjual maka tingkat kinerja tenaga penjual akan semakin tinggi.
3. Orientasi pelanggan (X2) sebesar 0.190, jadi variabel orientasi pelanggan berpengaruh dan signifikan terhadap kinerja tenaga penjual. Artinya semakin tinggi orientasi pelanggan maka semakin tinggi kinerja tenaga penjual.
4. Penjualan adaptif (X3) sebesar 0.142, jadi variabel penjualan adaptif berpengaruh dan signifikan terhadap kinerja tenaga penjual artinya semakin tinggi penjualan adaptif maka semakin tinggi kinerja tenaga penjual.

4.1.4. Uji Hipotesis

4.1.4.1. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji tingkat kesesuaian atau ketepatan model regresi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel-variabel independen secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel dependen, dasar pengambilan keputusannya adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi, yaitu:

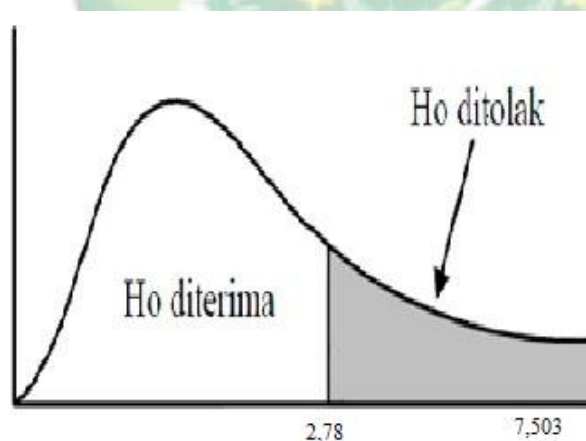
1. Apabila probabilitas signifikansi > 0.05 , maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
2. Apabila probabilitas signifikansi < 0.05 , maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Tabel 4. 15 Hasil Uji Simultan (Uji F)

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5.417	3	1.354	7.503	.000 ^a
	Residual	6.318	52	.181		
	Total	11.735	55			

Sumber: Lampiran 5, halaman 77

Besarnya nilai F_{tabel} dengan df penyebut sebesar 52 dan df pembilang sebesar 3 didapatkan nilai sebesar 2.78. Berdasarkan tabel diatas diperoleh besarnya $F_{\text{hitung}} = 7,503$ dengan signifikansi sebesar 0.000. Karena nilai Sign. $0.000 < 0.05$ atau $F_{\text{hitung}} (7,503) > F_{\text{tabel}} (2.78)$, hal ini menunjukkan bahwa variabel kompetensi penjual, orientasi pelanggan, dan penjualan adaptif secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel kinerja tenaga penjual.



Gambar 4. 3 Gambar Uji F

Berdasarkan hasil ini maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya secara simultan variabel kompetensi penjual, orientasi pelanggan, dan penjualan adaptif

berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja tenaga penjual serta menerima hipotesis ke empat.

4.1.4.2. Uji Signifikan Pengaruh Parsial (Uji t)

Pengujian statistik t pada dasarnya digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Penelitian ini menggunakan pengujian parsial yaitu untuk menguji variabel kompetensi penjual, orientasi pelanggan, dan penjualan adaptif terhadap kinerja tenaga penjual secara parsial atau terpisah. Dasar pengambilan keputusannya sebagai berikut:

- a. Jika tingkat signifikansi > 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima, sebaliknya H_a ditolak.
- b. Jika tingkat signifikansi < 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak sebaliknya H_a diterima.

Tabel 4. 16 Hasil Uji Parsial (Uji t)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.409	.521		4.623	.000
	Kompetensi Penjual	.250	.119	.250	2.611	.010
	Orientasi Pelanggan	.190	.086	.190	2.826	.005
	Penjualan Adaptif	.142	.108	.542	5.531	.000

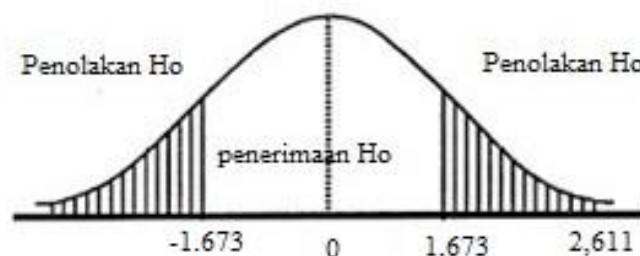
Sumber: Lampiran 5, halaman 77

Berdasarkan hasil uji parsial dalam tabel 4.16 pengaruh kompetensi penjual, orientasi pelanggan, dan penjualan adaptif terhadap kinerja tenaga penjual yang diuji sebagai berikut:

4.4.4.2.1. Pengujian Hipotesis Pertama

Hipotesis pertama menyatakan bahwa “diduga ada pengaruh yang signifikan antara variabel kompetensi penjual terhadap kinerja tenaga penjual”. Berdasarkan tabel 4.19 diatas diperoleh hasil estimasi variabel kompetensi penjual diperoleh nilai koefisien dengan arah positif sebesar 0.310 dengan nilai $t_{hitung} = 2.611$ dengan probabilitas sebesar 0.010. nilai $t_{tabel} = 1.673$

Berdasarkan hasil perhitungan hipotesis diatas, didapatkan nilai $t_{hitung} = 2.611 >$ nilai $t_{tabel} (1.673)$ dengan taraf signifikansi $0.010 < 0.05$. berdasarkan hasil pengujian hipotesis tersebut maka dapat disimpulkan bahwa variabel kompetensi penjual memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kinerja tenaga penjual, sehingga hipotesis pertama yang menyatakan “Diduga kompetensi penjual berpengaruh terhadap kinerja tenaga penjual” dapat “diterima”. hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Desty Dianti Hapsari (2017) dimana kompetensi tenaga penjual berpengaruh signifikan terhadap kinerja tenaga penjual namun berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan Dewinta Muslikha (2017) dimana kompetensi tenaga penjual tidak berpengaruh terhadap kinerja tenaga penjual.



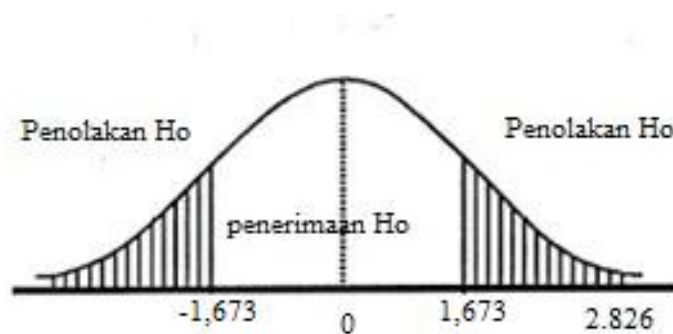
Gambar 4. 4 Uji t kompetensi penjual

Berdasarkan hasil ini maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya secara parsial variabel kompetensi penjual berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja tenaga penjual serta menerima hipotesis pertama.

4.4.4.2.2. Pengujian Hipotesis Kedua

Hipotesis kedua menyatakan bahwa “diduga ada pengaruh yang signifikan antara variabel orientasi pelanggan terhadap kinerja tenaga penjual”. Berdasarkan tabel 4.22 diatas diperoleh hasil estimasi variabel orientasi pelanggan diperoleh nilai koefisien dengan arah positif sebesar 0.243 dengan nilai $t_{hitung} = 2.826$ dengan probabilitas sebesar 0.005. nilai $t_{tabel} = 1.673$

Berdasarkan hasil perhitungan hipotesis diatas, didapatkan nilai $t_{hitung} = 2.826 >$ nilai $t_{tabel} (1.673)$ dengan taraf signifikansi $0.005 < 0.05$. berdasarkan hasil pengujian hipotesis tersebut maka dapat disimpulkan bahwa variabel orientasi pelanggan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kinerja tenaga penjual, sehingga hipotesis kedua yang menyatakan “Diduga orientasi pelanggan berpengaruh terhadap kinerja tenaga penjual” dapat “diterima”. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Dewinta Muslikha (2017) dimana orientasi pelanggan berpengaruh signifikan terhadap kinerja tenaga penjual namun berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan Dwi Suryanto Hidayat (2019) dimana orientasi pelanggan tidak secara langsung berpengaruh terhadap kinerja tenaga penjual.



Gambar 4. 5 Uji t orientasi pelanggan

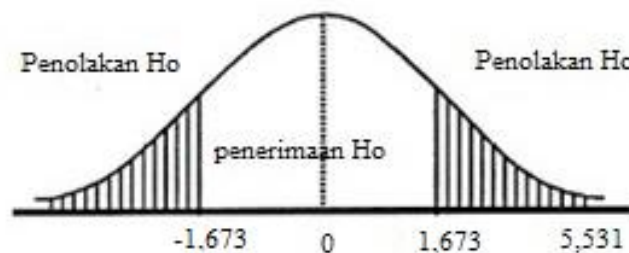
Berdasarkan hasil ini maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya secara parsial variabel orientasi pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja tenaga penjual serta hipotesis kedua “diterima”.

4.4.4.2.3. Pengujian Hipotesis Ketiga

Hipotesis ketiga menyatakan bahwa “diduga ada pengaruh yang signifikan antara variabel penjualan adaptif terhadap kinerja tenaga penjual”. Berdasarkan tabel 4.22 diatas diperoleh hasil estimasi variabel penjualan adaptif diperoleh nilai koefisien dengan arah positif sebesar 0.595 dengan nilai $t_{hitung} = 5.531$ dengan probabilitas sebesar 0.000. nilai $t_{tabel} = 1.673$

Berdasarkan hasil perhitungan hipotesis diatas, didapatkan nilai $t_{hitung} = 5.531 >$ nilai $t_{tabel} (1.673)$ dengan taraf signifikansi $0.000 < 0.05$. berdasarkan hasil pengujian hipotesis tersebut maka dapat disimpulkan bahwa variabel penjualan adaptif memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kinerja tenaga penjual, sehingga hipotesis ketiga yang menyatakan “Diduga penjualan adaptif berpengaruh terhadap kinerja tenaga penjual” dapat “diterima”. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Dwi Suryanto Hidayat (2019) dimana penjualan adaptif berpengaruh signifikan terhadap kinerja tenaga penjual dan

didukung dengan hasil penelitian yang dilakukan Martin Luter Purba (2019) dimana penjualan adaptif berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja tenaga penjual.



Gambar 4. 6 Uji t Penjualan Adaptif

Berdasarkan hasil ini maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya secara parsial variabel penjualan adaptif berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja tenaga penjual serta menerima hipotesis ketiga.

4.1.5. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi merupakan suatu alat yang digunakan untuk mengukur besarnya persentase pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Koefisien determinasi digunakan dalam penelitian karena dapat menjelaskan kebaikan model regresi dalam variabel dependen. Semakin tinggi nilai koefisien determinasi maka akan semakin baik pula kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Besarnya koefisien determinasi berkisar antara nol sampai dengan satu. Semakin mendekati nol besarnya koefisien determinasi suatu persamaan regresi, semakin kecil pengaruh semua variabel bebas terhadap variabel terikat. Sebaliknya semakin besar nilai koefisien determinasi mendekati angka satu, maka semakin besar pula pengaruh semua variabel bebas terhadap

variabel terikat. Nilai koefisien determinasi ditentukan dengan nilai *Adjusted R Square*.

Tabel 4. 17 Hasil Uji koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.679 ^a	.762	.540	.42486

Sumber: Lampiran 5, halaman 76

Hasil uji R^2 pada penelitian ini diperoleh nilai R Square sebesar 0.762. Hal ini berarti variabel independen dapat menjelaskan variasi dari variabel dependen sebesar 76,2% sedangkan sisanya 23,8% dijelaskan oleh variabel-variabel lain atau yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.5 Pembahasan

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari kompetensi penjual, orientasi pelanggan dan penjualan adaptif terhadap kinerja tenaga penjual. Data diperoleh oleh peneliti setelah melakukan analisis data yang bersumber dari kuesioner dan menggunakan metode regresi linier berganda. Beberapa temuan hasil penelitian yang yang dihasilkan adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh Kompetensi Penjual Terhadap Kinerja Tenaga Penjual

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, diperoleh hasil analisis bahwa terjadi pengaruh kompetensi penjual terhadap kinerja tenaga penjual. Hal ini dibuktikan dengan uji *Regression Weight* diketahui bahwa ada pengaruh positif signifikan kompetensi penjual terhadap kinerja tenaga penjual, hal ini dibuktikan dengan nilai thitung sebesar 2.611, dengan

tingkat signifikansi $0.010 < 0.05$ serta koefisien regresi sebesar 0.310 maka penelitian ini berhasil membuktikan bahwa semakin berkompeten tenaga penjual maka semakin tinggi kinerja tenaga penjual.

Liu dan Leach (2001) menyatakan bahwa keahlian tenaga penjualan merupakan keyakinan akan adanya pengetahuan khusus yang dimiliki oleh tenaga penjualan tersebut yang mendukung hubungan bisnis. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Fitri, N., & Nasution, A. P. (2016) dimana kompetensi penjual berpengaruh signifikan terhadap kinerja tenaga penjual.

Kompetensi penjual erat kaitannya dengan kemampuan tenaga penjual dalam meningkatkan kinerja dikarenakan efek kerja cerdas dan keras kinerja tenaga penjualan sangat berpengaruh dengan kinerja penjualan. memberikan andil kepada perusahaan melalui kemampuan dalam mencapai pangsa pasar yang dilakukan oleh tenaga penjualan, cepat menjualkan produk baru perusahaan, dan pencapaian target penjualan.

Tenaga penjual CV. Utama Jaya Distribusi tidak terlalu dituntut dalam pemahaman secara detail terkait produk yang ditawarkan dikarenakan produk-produk yang di jual oleh perusahaan merupakan produk yang sudah dikenal baik oleh masyarakat, akan tetapi tenaga penjual dituntut untuk membina hubungan baik dengan pelanggan serta bersikap aktif dan persuasif.

2. Pengaruh Orientasi Pelanggan Terhadap Kinerja Tenaga Penjual

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, diperoleh hasil analisis bahwa terjadi pengaruh orientasi pelanggan terhadap kinerja tenaga penjual. Hal ini dibuktikan dengan uji *Regression Weight* diketahui bahwa ada pengaruh positif signifikan orientasi pelanggan terhadap kinerja tenaga penjual, hal ini dibuktikan dengan nilai thitung sebesar 2.826, dengan tingkat signifikansi $0.005 < 0.05$ serta koefisien regresi sebesar 0.243 maka penelitian ini berhasil membuktikan bahwa semakin tinggi orientasi yang diberikan kepada pelanggan maka semakin tinggi kinerja tenaga penjual.

Sari (2014) menyatakan orientasi pelanggan merupakan upaya yang dibentuk oleh perusahaan dalam mengidentifikasi dan mengantisipasi kebutuhan-kebutuhan konsumen guna menciptakan kepuasan konsumen dalam rangka mewujudkan tujuan organisasional. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Febrianto & Warso (2016) dimana orientasi pelanggan berpengaruh signifikan terhadap kinerja tenaga penjual namun berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan Kurnila Ali dan Didiek Wijaya Agustina (2018) dimana orientasi pelanggan berpengaruh tapi tidak signifikan terhadap kinerja tenaga penjual.

Orientasi pelanggan adalah bagaimana kita memandang pemahaman kebutuhan dari sasaran konsumen dan menyesuaikan respon dari organisasi penjualan yang bertujuan untuk memuaskan mereka. Kinerja pemasaran merupakan pendapatan utama perusahaan, karena jika kinerja

pemasaran produk maupun jasa tidak dikelola dengan baik maka secara langsung dapat merugikan perusahaan.

Orientasi pelanggan merupakan konsep yang bisa dilihat dari dua sisi yang berbeda. Sisi yang pertama adalah meneliti orientasi pelanggan pada level perusahaan, dan sisi kedua adalah orientasi pelanggan pada level individu. Dari sisi perusahaan bagaimana perusahaan memahami kebutuhan serta menyediakan barang yang diminta pelanggan.

Dari sisi individu CV. Utama Jaya Distribusi menuntut tenaga penjual sebagai ujung tombak perusahaan dalam penjualan dan berhubungan langsung dengan pelanggan untuk memprioritaskan pelanggan serta memastikan kepuasan pelanggan.

3. Pengaruh Penjualan Adaptif Terhadap Kinerja Tenaga Penjual

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, diperoleh hasil analisis bahwa terjadi pengaruh penjualan adaptif terhadap kinerja tenaga penjual. Hal ini dibuktikan dengan uji *Regression Weight* diketahui bahwa ada pengaruh positif signifikan penjualan adaptif terhadap kinerja tenaga penjual, hal ini dibuktikan dengan nilai *t* hitung sebesar 5.531, dengan tingkat signifikansi $0.000 < 0.05$ serta koefisien regresi sebesar 0.195 maka penelitian ini berhasil membuktikan bahwa penjualan secara adaptif yang diterapkan mampu meningkatkan kinerja tenaga penjualan.

Weitz et al., dalam Pujiastuti (2006) mendefinisikan penjualan adaptif sebagai upaya untuk merubah perilaku penjualan selama ataupun setelah terjadinya interaksi dengan pelanggan yang didasarkan pada informasi

yang diterima mengenai situasi penjualan. hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Andini, S. A. (2017) dimana penjualan adaptif berpengaruh signifikan terhadap kinerja tenaga penjual namun berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan Ariani (2018) dimana penjualan adaptif tidak berpengaruh terhadap kinerja tenaga penjualan.

Penjualan adaptif adalah penjualan dimana tenaga pemasar sedemikian fleksibel untuk pendekatan kepada konsumen, merasa percaya diri ketika harus merubah rencana, serta mencari cara presentasi yang sesuai untuk satu konsumen dengan konsumen yang lain.

Tenaga penjual di CV. Utama Jaya Distribusi selalu dituntut untuk bersikap fleksibel sehingga dapat menarik minat para pelanggan selain itu tenaga penjual juga harus bisa memahami setiap permintaan pelanggan.

