



**PENGARUH MOTIVASI DAN BUDAYA ORGANISASI
TERHADAP KINERJA PENJUALAN TENAGA
PEMASAR SERTA IMPLIKASINYA TERHADAP
KINERJA PEMASARAN PERUSAHAAN
DI PT. CIPTA PROFITAMA ABADI**

TESIS

UNIVERSITAS
EKA INDAH YUSLISTYARI
MERCU BUANA
55313120001

**PROGRAM STUDI MAGISTER TEKNIK INDUSTRI
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2016**



**PENGARUH MOTIVASI DAN BUDAYA ORGANISASI
TERHADAP KINERJA PENJUALAN TENAGA
PEMASAR SERTA IMPLIKASINYA TERHADAP
KINERJA PEMASARAN PERUSAHAAN
DI PT. CIPTA PROFITAMA ABADI**

TESIS

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan
Program**

Pascasarjana pada Program Magister Teknik Industri

UNIVERSITAS

MERCU BUANA

EKA INDAH YUSLISTYARI

55313120001

PROGRAM STUDI MAGISTER TEKNIK INDUSTRI

PROGRAM PASCASARJANA

UNIVERSITAS MERCU BUANA

2016

ii

PENGESAHAN TESIS

Judul : Pengaruh Motivasi Dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Penjualan Tenaga Pemasar Serta Implikasinya Terhadap Kinerja Pemasaran Perusahaan Di PT. Cipta Profitama Abadi

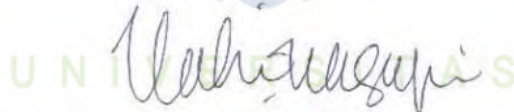
Nama : Eka Indah Yuslistyari

NIM : 55313120001

Program : Pascasarjana – Program Magister Teknik Industri

Tanggal : 28 Januari 2016

Mengesahkan
Pembimbing



(DR. Ir. Zulfa Fitri Ikatrinasari, MT)

Direktur
Program Pascasarjana



(Prof. Dr. Didik J. Rachbini)

Ketua Program Studi
Magister Teknik Industri



(Dr. Lien Herliani Kusumah, MT)

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa seluruh tulisan dan pernyataan dalam Tesis ini:

Judul : Pengaruh Motivasi Dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Penjualan Tenaga Pemasar Serta Implikasinya Terhadap Kinerja Pemasaran Perusahaan Di PT. Cipta Profitama Abadi

Nama : Eka Indah Yuslistyari

NIM : 55313120001

Program : Pascasarjana – Program Magister Teknik Industri

Tanggal : 28 Januari 2016

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian, dan karya penulis sendiri dengan arahan pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Teknik Industri, Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar magister (S2) pada program sejenis di Perguruan Tinggi lain. Semua informasi, data, serta hasil pengolahannya yang dituliskan pada tesis ini, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 28 Januari 2016



(Eka Indah Yuslistyari)

PEDOMAN PENGGUNAAN TESIS

Tesis S2 yang tidak dipublikasikan terdaftar dan tersedia di perpustakaan Universitas Mercu Buana, Kampus Meruya, dan terbuka untuk umum dengan ketentuan bahwa hak cipta ada pada pengarang dengan mengikuti aturan HAKI yang berlaku di Universitas Mercu Buana. Referensi kepustakaan diperkenankan dicatat, tetapi pengutipan atau peringkasan hanya dapat dilakukan seizin pengarang dan harus disertai dengan kebiasaan ilmiah untuk menyebutkan sumbernya.

Memperbanyak atau menerbitkan sebagian atau seluruh tesis haruslah seizin Direktur Program Pascasarjana UMB.



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT, atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan tesis ini. Penulisan tesis ini yang berjudul **“Pengaruh Motivasi dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Penjualan Tenaga Pemasar serta Implikasinya Terhadap Kinerja Pemasaran Perusahaan di PT. Cipta Profitama Abadi”**, dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan program S-2 jurusan Magister Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Mercu Buana Jakarta.

Penulis menyadari bahwa tersusunnya laporan ini tentu tidak lepas dari bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak yang memberikan dukungan baik moril maupun materil, sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikan tesis ini tanpa dukungan kalian. Oleh karena itu, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. DR. Ir. Zulfa Fitri Ikatrinasari, MT., selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu guna memberikan bimbingan, pengarahan dengan penuh kesabaran, serta memberikan saran yang sangat berarti bagi penulis sehingga laporan tesis dapat terselesaikan.
2. DR. Lien Herliani Kusumah, MT., selaku Ketua Program Studi Magister Teknik Industri Universitas Mercu Buana Jakarta.
3. Segenap Dosen Program Studi Magister Teknik Industri Universitas Mercu Buana dan jajaran akademiknya yang telah memberikan ilmu pengetahuan, arahan belajar dan diskusi yang mencerdaskan.
4. Manager Operasional mas Adit beserta staff mas zuki dan mas Bandi, Agency Manager Ibu Uci, Pa Petrus dan para *Leader* lainnya yang tidak dapat disebutkan satu-per satu serta para sahabat PRU Excellent Serang.
5. Kepada Orang Tua Bapak Mukti dan Ibu Tuti Wahyuni serta Bapak Mertua H. Muslich dan Ibu Mertua Hj. Ubaidah yang telah memberikan dukungan baik berupa doa maupun nasihat-nasihatnya.

6. Kepada Suami tercinta Chotibul Umam M.Pd, yang mendukung sepenuhnya dalam menjalani perkuliahan hingga penyusunan tesis dengan penuh cinta dan kasih sayangnya.
7. Putraku Muhammad Naufal Faras (Naufal) dan putriku Almira Marsha Zafina (Acha) yang telah memberikan inspirasi, warna dan cerita dalam penyelesaian tesis ini.
8. Teman-teman Magister Teknik Industri angkatan XIV, atas kebersamaan dan kekompakannya selama menjalani kuliah terutama Grup Serang yang selalu menemani dalam dua tahun perjalanan studi.
9. Untuk semua keluarga terdekatku, untuk kakak, adik, keponakan terima kasih untuk dukungan dan doanya.
10. Untuk para sahabat yang selalu mendukung dalam penyelesaian tesis ini.

Akhir kata, penulis berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu terselesaikannya tesis ini.

Jakarta, 28 Januari 2016



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Eka Indah Yuslistyari

DAFTAR ISI

JUDUL	i
PENGESAHAN TESIS	iii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
PEDOMAN PENGGUNAAN TESIS.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRACT	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Pembatasan Masalah.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	10
2.1 Kajian Teori	10
2.1.1 Motivasi	10
2.1.2 Budaya Organisasi	14
2.1.3 Kinerja.....	23
2.1.4 Kinerja Penjualan Tenaga Pemasar.....	33
2.1.5 Kinerja Pemasaran Perusahaan	34
2.1.6 Analisa Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	34
2.2 Kajian Penelitian Sebelumnya	41

2.3	Kerangka Pemikiran.....	45
	2.2.1 Sintesa Keterkaitan Antara Variabel.....	46
	2.2.2 Model Penelitian	48
	2.2.3 Hipotesis Penelitian	48
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		49
3.1	Desain Penelitian	49
3.2	Variabel Penelitian.....	50
	3.2.1 Definisi Konseptual	51
	3.2.2 Definisi Operasional Variabel.....	52
3.3	Prosedur Eksperimen/Pengambilan Data.....	55
	3.3.1 Jenis Data	55
	3.3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	55
3.4	Populasi dan Sampel Penelitian	56
3.5	Teknis Analisis Data	58
	3.5.1 Uji Instrumen	58
	3.5.2 Analisis Deskriptif	59
	3.5.3 Analisis Korelasi Antar Variabel	61
	3.5.4 <i>Path Analysis</i> (Analisis Jalur).....	62
	3.5.5 Analisis Korelasi Antar Dimensi	66
3.6	Langkah-Langkah Penelitian	68
BAB IV DATA DAN ANALISIS		77
4.1	Profil Perusahaan	77
	4.1.1 Sejarah Perusahaan Prudential Indonesia	77
	4.1.2 Misi, Nilai-Nilai Inti dan Kredo Perusahaan	77
	4.1.3 Gambaran Umum Kantor Pemasar Mandiri	79
4.2	Analisis Data	79
	4.2.1 Karakteristik Responden	79
	4.2.2 Deskriptif Variabel	83
	4.2.3 Uji Instrumen.....	94

4.2.4 Korelasi Antar Variabel.....	98
4.2.5 <i>Path Analysis</i>	98
4.3 Hasil Korelasi Matriks Antar Dimensi	105
4.3.1 Hasil Korelasi Matriks Terhadap Kinerja Penjualan Tenaga Pemasar.....	97
4.3.2 Hasil Korelasi Matriks Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Penjualan Tenaga Pemasar	98
4.3.3 Hasil Korelasi Matriks Motivasi dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Penjualan Tenaga.....	98
4.3.4 Hasil Korelasi Matriks Kinerja Penjualan Tenaga Pemasar Terhadap Kinerja Pemasaran Perusahaan	99
BAB V PEMBAHASAN	108
5.1 Temuan Utama.....	108
5.1.1 Pengaruh Motivasi Terhadap Kinerja Penjualan Tenaga Pemasar	108
5.1.2 Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Penjualan Tenaga Pemasar	110
5.1.3 Pengaruh Motivasi dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Penjualan Tenaga Pemasar	113
5.1.4 Pengaruh Kinerja Penjualan Tenaga Pemasar Terhadap Kinerja Pemasaran Perusahaan	116
5.2 Kajian Terhadap Penelitian Sebelumnya	118
5.5 Implikasi Industri.....	120
5.6 Keterbatasan Penelitian	124
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	126
6.1 Kesimpulan	126
6.2 Saran	127
DAFTAR PUSTAKA.....	128

LAMPIRAN.....	126
Lampiran A Kuesioner Penelitian.....	134
Lampiran B Tabulasi Data Responden	138
Lampiran C <i>Output</i> LISREL.....	150
Lampiran D Hasil Wawancara	154
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	158



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Perbandingan persentasi premi jiwa terhadap PDB di ASEAN (2008-2009)	3
Gambar 1.2	Pertumbuhan premi asuransi jiwa di Indonesia	4
Gambar 1.3	Pencapaian kinerja perusahaan salah satu KPM Asuransi Jiwa 2014.....	7
Gambar 2.1	Hirarki kebutuhan Maslow	11
Gambar 2.2	Hubungan antara hakekat manusia, budaya, dan kepribadian	16
Gambar 2.3	Konsep The McKinsey 7-S	22
Gambar 2.4	Contoh <i>Diagram Path</i> dengan lima variabel	36
Gambar 2.5	Model regresi berganda dua variabel	38
Gambar 2.6	Model mediasi	39
Gambar 2.7	Model kombinasi regresi berganda dan mediasi	39
Gambar 2.8	Model kompleks.....	39
Gambar 2.9	Model rekursif.....	40
Gambar 2.10	Model Penelitian	48
Gambar 3.1	Proposisi Diagram Jalur	64
Gambar 3.1	Langkah-langkah penelitian.....	69
Gambar 4.1	Karakteristik tingkat pendidikan.....	81
Gambar 4.2	Karakteristik tingkat level.....	82
Gambar 4.3	Karakteristik tingkat usia	83
Gambar 4.4	Frekuensi Jawaban Responden Variabel Motivasi	86
Gambar 4.5	Frekuensi Jawaban Responden Variabel Budaya Organisasi	90
Gambar 4.6	Frekuensi Jawaban Responden Variabel Kinerja Penjualan Tenaga Pemasar	92
Gambar 4.7	Frekuensi Jawaban Responden Variabel Kinerja Pemasaran Perusahaan	94
Gambar 4.8	Pengembangan Flow diagram penelitian.....	99
Gambar 4.9	<i>Standardized solution</i> diagram	101

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Simbol-simbol utama dalam <i>Diagram Path</i>	36
Tabel 2.2	Hasil penelitian terdahulu	42
Tabel 2.3	Faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan di perusahaan asuransi	44
Tabel 3.1	Konstruksi variabel, dimensi dan indikator variabel Motivasi	52
Tabel 3.2	Konstruksi variabel, dimensi dan indikator variabel Budaya Organisasi	53
Tabel 3.3	Konstruksi variabel, dimensi dan indikator variabel Kinerja Penjualan Tenaga Pemasar.....	54
Tabel 3.4	Konstruksi variabel, dimensi dan indikator variabel kinerja pemasaran perusahaan	55
Tabel 3.5	Hasil korelasi antar variabel.....	61
Tabel 3.6	Koefisien Korelasi r	67
Tabel 3.7	Korelasi matriks antar dimensi Motivasi dengan Kinerja Penjualan Tenaga Pemasar.....	67
Tabel 3.8	Korelasi matriks antar dimensi Budaya Organisasi dengan Kinerja Penjualan Tenaga Pemasar.....	67
Tabel 3.9	Korelasi matriks antar dimensi Motivasi dan Budaya Organisasi dengan Kinerja Penjualan Tenaga Pemasar	68
Tabel 3.10	Korelasi matriks antar dimensi Kinerja Penjualan Tenaga Pemasar dengan Kinerja Pemasaran Perusahaan.....	68
Tabel 4.1	Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan	80
Tabel 4.2	Karakteristik responden berdasarkan tingkat level	81
Tabel 4.3	Karakteristik responden berdasarkan tingkat usia.....	82
Tabel 4.4	Jawaban Responden pada <i>Physiological</i>	83
Tabel 4.5	Jawaban Responden pada <i>Safety and Security</i>	84
Tabel 4.6	Jawaban Responden pada Social.....	84
Tabel 4.7	Jawaban Responden pada Esteem.....	85
Tabel 4.8	Jawaban Responden pada Self-actualization	85
Tabel 4.9	Jawaban Responden pada <i>Strategy</i>	86
Tabel 4.10	Jawaban Responden pada Structure.....	87
Tabel 4.11	Jawaban Responden pada System.....	87

Tabel 4.12	Jawaban Responden pada Style	88
Tabel 4.13	Jawaban Responden pada Staff.....	88
Tabel 4.14	Jawaban Responden pada Shared Value.....	89
Tabel 4.15	Jawaban Responden pada Skill.....	89
Tabel 4.16	Jawaban Responden pada Peningkatan Volume Penjualan	90
Tabel 4.17	Jawaban Responden pada Jumlah Pelanggan	91
Tabel 4.18	Jawaban Responden pada Target Penjualan	91
Tabel 4.19	Jawaban Responden pada Efektivitas Perusahaan.....	92
Tabel 4.20	Jawaban Responden pada Pertumbuhan	93
Tabel 4.21	Jawaban Responden pada Kemampulabaan	93
Tabel 4.22	Rekapitulasi Pengujian Validitas	95
Tabel 4.23	Rekapitulasi uji validitas Variabel X1, X2, Y, dan Z	90
Tabel 4.24	Uji Reliabilitas Instrumen.....	97
Tabel 4.25	Hasil uji Pearson Correlation antar Variabel	98
Tabel 4.26	Konstruk endogen dan eksogen penelitian.....	99
Tabel 4.27	Rekapitulasi pengujian model.....	105
Tabel 4.28	Hasil Korelasi Matriks Motivasi Terhadap Kinerja Penjualan Tenaga Pemasar	105
Tabel 4.29	Hasil Korelasi Matriks Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Penjualan Tenaga Pemasar.....	106
Tabel 4.30	Hasil Korelasi Matriks Motivasi dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Penjualan Tenaga Pemasar	106
Tabel 4.31	Hasil Korelasi Matriks Kinerja Penjualan Tenaga Pemasar Terhadap Kinerja Pemasaran Perusahaan.....	107

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran A Kuesioner penelitian
- Lampiran B Tabulasi data responden
- Lampiran C *Output* Lisrel
- Lampiran D Hasil wawancara dan data sekunder perusahaan

