

**Past Performance dan Present Goal Tenaga Penjual yang di Moderasi
Oleh Workforce Philosophy dan Workforce Conduciveness pada
PT Asco Daihatsu Surabaya**

Fani Firmansyah¹, Puji Endah Purnamasari²

¹ Perbankan Syariah, UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

² Manajemen, UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

✉ Corresponding Author:

Nama Penulis: Puji Endah Purnamasari

E-mail: pujiendah@uin-malang.ac.id

Abstract: *Sales force can be said as the forefront of the company's sales. Without effective sales force sales, companies cannot consistently satisfy their shareholders. The purpose of this study was to examine the effect of Past Performance variables on the level of current sales performance, the influence of the variable understanding of corporate philosophy is able to strengthen the relationship between Past Performance and sales performance in the present and the influence of conducive company condition variables will be able to strengthen the relationship between performance the past with present sales performance. The results show that when past employee performance tends to increase, the number of present sales performance also tends to increase. The more employees understand the company's philosophy, the more sales performance of PT ASCO Prima Mobilindo (Daihatsu) Surabaya and Jember Branch products, and the presence of a conducive environment at PT ASCO Prima Mobilindo (Daihatsu) Surabaya Branch and Jember Branch does not have a significant effect on salesperformance company.*

Keywords: *Past Perfomance, Present Goal, Sales force, Workforce Philosophy, Workforce Conduciveness,*

Abstrak: *Tenaga penjualan dapat dikatakan sebagai ujung tombak terdepan dari penjualan perusahaan. Tanpa penjualan yang dilakukan tenaga penjualan dengan efektif, perusahaan tidak akan dapat secara konsisten memuaskan pemegang saham mereka. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh variabel Past Performance terhadap tingkat kinerja penjualan sekarang, pengaruh variabel pemahaman tentang filosofi perusahaan mampu memperkuathubungan antara Past Performance dengan kinerja penjualan di masa sekarang serta pengaruh variabel kondisi perusahaan yang kondusif akan mampu memperkuat hubungan antara Past Performance dengan kinerja penjualan di masa sekarang. Hasil penelitian menunjukkan Ketika kinerja karyawan masa lalu cenderung meningkat maka jumlah kinerja penjualan sekarang juga cenderung meningkat. Semakin karyawan memahami filosofi perusahaan maka semakin meningkatkan kinerja penjualan Produk PT ASCO Prima Mobilindo (Daihatsu) Cabang Surabaya dan Cabang Jember, serta ada tidaknya lingkungan kondusif di PT ASCO Prima Mobilindo (Daihatsu) Cabang Surabaya dan Cabang Jember tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kinerja penjualan perusahaan.*

Kata kunci: *Past Perfomance, PresentGoal, Sales force, Workforce Philosophy, Workforce Conduciveness,*

Pendahuluan

Tenaga penjualan merupakan asset utama dalam bisnis. Tenaga penjualan dapat dikatakan sebagai ujung tombak terdepan dari penjualan perusahaan. Tanpa penjualan yang dilakukan tenaga penjualan dengan efektif, perusahaan tidak akan dapat secara konsisten memuaskan pemegang saham mereka (Weber 2015). Mempertahankan tenaga penjualan akan membuat manajemen penjualan dapat meminimalkan pengeluaran perusahaan untuk perputaran tenaga penjualan, pelatihan dan pengembangan, insentif, sampai pada kerugian pada hubungan pelanggan.

Salah satu pendorong motivasi tenaga penjualan yang harus dipahami oleh para manajer adalah penetapan sasaran dan target yang optimal. Perusahaan selain harus memotivasi karyawan agar lebih produktif (Locke dan Latham, 2006), namun menentukan sasaran dan target yang optimal menjadi tantangan tersendiri bagi para manajer (OrdOñez et al., 2009). Untuk menangkappemahaman tentang penetapan sasaran dan tujuan tenaga penjualan mereka, komunikasi terbuka adalah suatu keharusan (Pansari dan Kumar, 2017). Kondisi lingkungan kerja yang baik merupakan salah satu faktor penunjang produktivitas karyawan yang pada akan berdampak pada kenaikan tingkat kinerja karyawan. Lingkungan kerja juga dapat mempengaruhi emosional karyawan. Karyawan yang suka serta senang terhadap lingkungan kerjanya, maka mereka akan bekerja dengan nyaman dan betah untuk dapat melakukan aktivitas sehari hari sehingga pada nantinya akan dapat menggunakan waktunya semaksimal mungkin dan akan meningkatkan prestasi, kinerja sertaproduktivitas karyawan.

Dalam penjualan, kemampuan dasar yang dibutuhkan adalah kemampuan dari tenaga penjual untuk dapat merasakan apa yang diinginkan konsumen, menerima informasi yang sedalam dalamnya dari konsumen serta adaptif terhadap perubahan lingkungan. Penjualan adaptif tidak hanya bergantung pada kemampuan kognitif semata namun juga pada kemampuan perceptual (Knowles et al, 1994). Pengendalian diri akan berhubungan positif dengan peningkatan kinerja (Goolsby et al, 1992). Pengendalian diri yang baik sangat diperlukan oleh tenaga penjual untuk mampu menyesuaikan perilakunya dengan kondisinya pada saat menghadapi konsumen yang dia temui (Fine & Gardial, 1990). Spiro & Weitz (1990) menemukan adanya hubungan yang positif antara pengendalian diri tenaga penjualan terhadap penerapan penjualan yang adaatif. Rujukan penelitian sebelumnya menunjukkan Past Performance memiliki hubungan yang positif dengan pencapaian tujuan.

Penelitian ini akan mengungkapkan bagaimana pengaruh filosofi perusahaan dan kondisi perusahaan yang kondusif dalam memoderasi hubungan antara kinerja penjualan yang lalu dengan kinerja penjualan saatini. Kemampuan untuk menetapkan tujuan untuk mencapai kinerja yang optimal harus dapat dipahami dengan baik. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk memberikan kerangka teoritis dan empiris yang kuat untuk menguji beberapa pertanyaan penelitian dari perspektif manajerial serta perspektif akademis. Oleh karena itu, penting untuk melakukan penelitian bagaimana

pengaruh filosofi perusahaan dan kondisi perusahaan yang kondusif dalam memoderasi hubungan antara kinerja penjualan yang lalu dengan kinerja penjualan saat ini.

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh variabel Past Performance terhadap tingkat kinerja penjualan sekarang, pengaruh variabel pemahaman tentang filosofi perusahaan mampu memperkuat hubungan antara Past Performance dengan kinerja penjualan di masa sekarang serta pengaruh variabel kondisi perusahaan yang kondusif akan mampu memperkuat hubungan antara Past Performance dengan kinerja penjualan di masa sekarang.

Metodologi Penelitian

Setting penelitian ini di PT ASCO Prima Mobilindo (Daihatsu) Cabang Surabaya yang beralamat di Jl. Mastrip 180 Surabaya dan di Jl. Raya Jemursari 186 Surabaya serta PT ASCO Prima Mobilindo (Daihatsu) Cabang Jember yang beralamat di Jl. Hayam Wuruk No.161, Krajan, Sempusari, Kec. Kaliwates, Kabupaten Jember. Populasi dalam penelitian ini terdiri dari 60 orang tenaga penjualan pada PT ASCO Prima Mobilindo (Daihatsu), yang terdiri dari 20 tenaga penjualan pada PT ASCO Prima Mobilindo (Daihatsu) di Jl. Mastrip 180 Surabaya dan 25 tenaga penjualan pada PT ASCO Prima Mobilindo (Daihatsu) di Jl. Raya Jemursari 186 Surabaya serta 15 tenaga penjualan pada PT ASCO Prima Mobilindo (Daihatsu) di Jember. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik sampel jenuh, yaitu teknik pengambilan sampel dengan menjadikan semua anggota dalam populasi menjadi sampel. Sering pula disebut sebagai teknik pengambilan sampel dengan sensus. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Moderated Regresion Analysis (MRA).

Hasil Penelitian Statistik Deskriptif

Tabel Deskriptif Variabel Penelitian

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
<i>Past Performance</i>	60	1.00	5.00	4.0333	.82270
<i>Prest Goals</i>	60	1.00	5.00	3.9833	.91117
<i>Workplace Phylosophy</i>	60	2.20	5.50	3.9550	.50671
<i>Workplace Conducive</i>	60	2.50	4.40	3.3950	.44395
Valid N (listwise)	60				

Uji Hipotesis

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant) x	1.428	.334		4.278	.000	1.000	1.000
	.654	.082	.724	8.000	.000		

Berdasarkan tabel hasil analisis data di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel Past Performance, berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap Present goals. Sehingga H1 pada penelitian ini di terima.

Analisis Regresi Past Performance (X) terhadap Present goals (Y)

Variabel dependen	Variabel independen	Beta	T	sig	Ket
Y	Konstanta				
	X	0.654	8.000	0.000	Signifikan
		$\alpha : 0.05$ $R : 0.724$ $R \text{ Square} : 0.525$			

Pada Tabel di atas menunjukkan bahwa Past Performance (X) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Present goals (Y) dengan demikian hipotesis yang menyatakan Past Performance (X) berhubungan positif terhadap Present goals (Y) dapat diterima.

Pembahasan

Pengaruh Past Performance Tenaga Penjualan Terhadap Present goals (Tingkat Kinerja Penjualan di Masa Sekarang)

Berdasarkan analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan dalam penelitian ini, dapat diketahui bahwa Past Performance tenaga penjualan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Present goals (tingkat kinerja penjualan sekarang). Seorang karyawan yang memiliki kinerja tahun lalu yang bagus, dia akan berusaha memberikan kinerja yang baik di masa yang akan datang dengan berusaha fokus pada apa yang menjadi target dalam perusahaannya. Hal ini didukung dengan Teori identitas (Stajkovic & Luthan, 1998) yang mengatakan bahwa perilaku positif di masa lalu memungkinkan penjual untuk meningkatkan peran yang lebih rendah dalam organisasi, yang meningkatkan self efficacy. Berdasarkan teori self-efficacy, self-efficacy meningkat karena Past Performance meningkat, karena self-efficacy meningkat, kinerja masa depan juga meningkat. Oleh karena itu, seiring meningkatnya Past Performance, kinerja masa depan akan meningkat.

Peningkatan kinerja penjualan sebuah perusahaan oleh karyawan disebabkan adanya pengetahuan tentang produk dan target pasar, ketrampilan komunikasi yang baik, serta adanya role perception yang dimiliki oleh masing-masing tenaga penjualan (Kelley and Caplan, 1992; Pansari dan Kumar, 2017; dan Bandura & Locke, 2003). Hasil penelitian ini selaras dengan teori identity (Stajkovic & Luthan, 1998) dan didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Myrers dan Sadaghiani (2010); Chou (2012); dan Weber (2015); serta Bandura & Locke (2003) bahwa Past Performance penjualan berpengaruh positif terhadap tingkat kinerja penjualan.

Present goals menjadi daya dorong untuk terus meningkatkan performance seseorang, sebab seseorang akan bekerja lebih keras dan giat dengan adanya tujuan yang jelas daripada tanpa adanya penentuan tujuan yang jelas (Locke, E., Shaw, et al, 1969-1980). Begitu juga dengan karyawan di PT ASCO Prima Mobilindo (Daihatsu), mereka akan terus berupaya meningkatkan kinerja penjualannya dengan cara lebih bekerja keras dan giat serta semangat. Dalam aspek kinerja seorang karyawan yang awalnya sering belum mencapai target penjualan, namun karena ia memiliki penetapan sasaran dan tujuan jelas, ia akan selalu terfokus pada perkembangan perusahaan. Dari sikap fokus inilah akan menjadi tumpuan oleh karyawan di PT ASCO Prima Mobilindo (Daihatsu) Cabang Surabaya dan Cabang Jember untuk selalu meningkatkan performa produk penjualan. Oleh sebab itu, tingkat Past Performance penjualan memberikan dampak positif pada tingkat kemampuan penjualan yang akan datang.

Pengaruh Kinerja Masa Lalu terhadap Present goals dengan Workplace Phylosopy sebagai Variabel Moderasi

Berdasarkan hasil analisis di atas menunjukkan bahwa pengaruh Workplace Phylosopy terhadap Present goals dengan Workplace Phylosopy sebagai Variabel Moderasi. Workplace Phylosopy adalah berpotensi untuk menjadi variabel moderasi yang mempengaruhi kekuatan hubungan antara variabel Kinerja Masa Lalu dengan Present goals. Workplace Phylosopy di sini berpotensi memperkuat pengaruh Kinerja Masa Lalu dengan Present goals. Bahwa semakin tinggi Workplace Phylosopy perusahaan maka semakin tinggi Kinerja Masa Lalu karyawan dan semakin tinggi pula Present goals yang dimiliki perusahaan dengan karyawan. Hasil penelitian ini sependapat dengan hasil penelitian (Schat dan Frone, 2011; Cropanzano et al., 2003) bahwa pemahaman filosofi yang baik oleh karyawan berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan. Ketika sebuah perusahaan memiliki filosofi yang baik terhadap karyawan, maka seorang karyawanpun akan memberikan umpan balik yang baik pula terhadap perusahaan. Filosofi perusahaan merupakan sarana yang mampu menciptakan persatuan segala aktivitas karyawan secara keseluruhan melalui kesamaan tujuan, pengertian akan tujuan perusahaan serta tata nilai yang telah menjadi kesepakatan bersama (Cropanzano et al, 2003).

Sikap dan emosi terkait budaya, filosofi di tempat kerja dapat semakin mengubah kinerja tenaga penjual. Pemahaman filosofi budaya kerja dalam perusahaan semacam ini akan meningkatkan pencapaian tujuan tenaga penjual, terlepas dari kinerja masa lalu mereka, dengan demikian

Puji Endah Purnamasari, Fani Firmansyah

menunjukkan bahwa sikap dan emosi berhubungan dengan pemahaman filosofi budaya tempat kerja akan menyebabkan hubungan antara kinerja masa lalu dan tingkat pencapaian tujuan menjadi lemah. Akhirnya, organisasi yang memiliki standar keragaman dan etika yang tinggi akan meningkatkan keunggulan kompetitif mereka.

Teori ini menyatakan bahwa karyawan yang termotivasi ekstrinsik akan berperforma lebih baik (Kumar et al., 2014). Contoh motivasi ekstrinsik dalam literatur pemasaran adalah keterlibatan karyawan. Literatur ini telah menemukan bahwa semakin seorang karyawan terlibat dengan perusahaan, maka mereka akan lebih terhubung secara emosional mereka dengan perusahaan, yang mengarah ke pengurangan biaya, peningkatan kepuasan pelanggan dan peningkatan persepsi pelanggan pada kualitas (Seijts and Crim, 2006; Kumar dan Pansari, 2017). Keterlibatan ini sebagian didorong oleh para manajer. Dengan demikian, sebagai fungsi tempat kerja, keselarasan filosofi perusahaan dan standar keragaman dan etika meningkat, kinerja dan, pada gilirannya akan meningkatkan pencapaian tujuan dan kinerja. Kenyataan di lapangan sikap yang dimiliki oleh karyawan PT ASCO Prima Mobilindo (Daihatsu) Cabang Surabaya dan Cabang Jember menggambarkan bahwa filosofi perusahaan ini telah mempengaruhi kinerja penjualan dari tenaga kerja bagian penjualan perusahaan. Dimana dapat terlihat dari adanya sikap tidak toleran terhadap perilaku yang tidak etis.

Analisis Kinerja Masa Lalu (X) terhadap Preset Goals dengan variabel Moderasi Workplace Conducive (M2)

Berdasarkan hasil analisis di atas menunjukkan bahwa pengaruh Kinerja Masa Lalu terhadap Present goals dengan Workplace Conducive sebagai Variabel Moderasi. Workplace Conducive adalah bukan variabel moderasi yang memperkuat pengaruh Kinerja Masa Lalu dengan Present goals. Workplace Conducive tidak berpotensi untuk menjadi variabel moderasi yang mempengaruhi kekuatan hubungan antara variabel Kinerja Masa Lalu de Present goals. Workplace Conducive di sini tidak berpotensi memperkuat pengaruh pengaruh Kinerja Masa Lalu terhadap Present goals. Bahwa semakin tinggitingkat Workplace Conducive perusahaan tidak menyebabkan perubahan Kinerja Masa Lalu terhadap Kinerja Masa Lalu. Dengan adanya lingkungan kerja yang kondusif tidak memberikan dampak peningkatan kinerja pada masa lalu dalam pencapaian tingkat kinerja penjualan. Hasil penelitian ini sependapat dengan hasil penelitian Hanafi dan Yohana (2017), Pawirosumarto et al., (2016) lingkungan kerja tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja karyawan.

Dalam hasil penelitian, ketika PT ASCO Prima Mobilindo (Daihatsu) Cabang Surabaya dan Cabang Jember memberikan peningkatan kondisi lingkungan kerja yang komprehensif hasilnya tidak memberikan peningkatan kinerja penjualan bagi perusahaan. Seorang karyawan bagian tenaga penjualan tidak mudah terpengaruh oleh kondisi lingkungan perusahaan, walaupun kondisi perusahaan tidak kondusif mereka akan tetap meningkatkan penjualan. Hal ini disebabkan adanya target dan komitmen yang menjadi titik fokus seorang karyawan dalam bekerja di bagian tenaga

penjualan produk perusahaan. Perusahaan sebaiknya mampu menciptakan kondisi dan lingkungan kerja yang mendukung adanya kerjasama antara atasan, bawahan bahkan dengan rekan kerja yang sejawat. Kondisi yang diinginkan oleh karyawan adalah suasana yang nyaman, penuh kekeluargaan, terjalannya komunikasi yang terbuka serta pengendalian diri yang baik.

Kondisi lingkungan yang komprehensif memang dibutuhkan oleh karyawan dalam upaya peningkatan kinerja penjualan secara umum. Namun kondisi di lapangan berbeda, karyawan pada PT ASCO Prima Mobilindo (Daihatsu) Cabang Surabaya dan Cabang Jember tidak mengutamakan lingkungan kerja yang kondusif dalam peningkatan target kemampuan penjualannya. Sebab, tenaga karyawan bagian penjualan lebih sering melakukan aktivitas kerja di luar perusahaan yang berhubungan langsung dengan target pasar misalnya, masyarakat dari berbagai level pendapatan ekonomi. Fokus pada target yang dimilikinya lebih menjadi penentu pembangunan kinerja penjualannya. Berbagai karakter yang dimiliki oleh sebagian umum tenaga penjualan di PT ASCO Prima Mobilindo (Daihatsu) Cabang Surabaya dan Cabang Jember adalah mandiri, suka akan tantangan hal yang baru, dan inovatif dalam memecahkan berbagai problem yang ditemui di lapangan. Dengan adanya sikap itu, walaupun adanya iklim perubahan lingkungan kerja yang tiba-tiba atau tidak bisa diprediksi waktu kejadiannya maka tidak akan mempengaruhi kinerja yang dimiliki oleh karyawan tersebut. Dengan demikian, faktor internal perusahaan berupa lingkungan kerja yang kondusif (*Workplace Conducive*) tidak memberikan dampak yang signifikan terhadap kinerja masa lalu tenaga penjual dan kinerja penjualan di masa sekarang. Ketika (*Workplace Conducive*) tidak tinggi dan kinerja masa lalu tenaga penjual dan kinerja penjualan di masa sekarang tetap tinggi maka sebaiknya seorang karyawan bagian tenaga penjualan mengambil keputusan tetap melakukan peningkatan kinerja penjualan. Sebab ada tidaknya lingkungan kerja yang kondusif (*Workplace Conducive*) di dalam PT ASCO Prima Mobilindo (Daihatsu) Cabang Surabaya dan Cabang Jember tidak memberikan dampak yang signifikan terhadap kinerja masa lalu tenaga penjual (*Kinerja Masa Lalu*) dan kinerja penjualan di masa sekarang (*Present goals*).

Kesimpulan

Kesimpulan dan saran-saran tersebut masing-masing dapat dikemukakan sebagai berikut:

1. Kinerja Masa Lalu (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Present goals* (Y). Ketika kinerja karyawan masa lalu (*Kinerja Masa Lalu*) cenderung meningkat maka jumlah kinerja penjualan sekarang (*Present goals*) juga cenderung meningkat. Adanya tujuan yang hendak dicapai menyebabkan kinerja penjualan PT ASCO Prima Mobilindo (Daihatsu) Cabang Surabaya dan Cabang Surabaya semakin meningkat.
2. Filosofi Perusahaan (*Workplace Phylosophy*) memoderasi pengaruh *Kinerja Masa Lalu* terhadap *Present goals*. Semakin karyawan memahami filosofi perusahaan maka semakin meningkatkan kinerja penjualan Produk PT ASCO Prima Mobilindo (Daihatsu) Cabang Surabaya dan Cabang Jember. Adanya Filosofi Perusahaan (*Workplace*

- Phylosophy) berpengaruh terhadap Kinerja Masa Lalu dan Present goals.
3. Lingkungan Kondusif Perusahaan (Workplace Coducive) tidak menjadi variabel yang memoderasi pengaruh hubungan Kinerja Masa Lalu terhadap Present goals. Ada tidaknya lingkungan kondusif di PT ASCO Prima Mobilindo (Daihatsu) Cabang Surabaya dan Cabang Jember tidakmemberikan pengaruh yang signifikan terhadap kinerja penjualanperusahaan.

Daftar Pustaka

- Ali, Muhammad. 2004. Psikologi. Jakarta: Penerbit Bumi Aksara.
- Bandura, A. and Locke, E.A. (2003), "Negative self-efficacy and goal effectsrevisited", *The Journal of Applied Psychology*, Vol. 88 No. 1, p. 87
- Barrick, M.R., Mount, M.K. and Strauss, J.P. (1993), "Conscientiousness andperformance of sales representatives: test of the mediating effects of goalsetting", *Journal of Applied Psychology*, Vol. 78 No. 5, p. 715
- Barsade, S. and O'Neill, O.A. (2016), "Manage your emotional culture", available at: <https://hbr.org/2016/01/manage-your-emotional-culture>.
- Bateman, Connie & Valentine, Sean. 2015. The impact of salesperson customer orientation on the evaluation of a salesperson's ethical treatment, trust in the salesperson, and intentions to purchase. *Journal of Personal Selling & Sales Management* .Volume 35, 2015 - Issue 2: Ethical Issues in Sales Decision Making
- Brightman, H.J. and Sayeed, L. (1990), "The pervasiveness of senior management's view of the cultural gaps within a division", *Group & Organization Management*, Vol. 15 No. 3, pp. 266-278.
- Brockner, J. and Higgins, E.T. (2001), "Regulatory focus theory: Implicationsfor the study of emotions at work", *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, Vol. 86 No. 1, pp. 35-66
- Cron, W.L. and Slocum, J.W. Jr. (1986), "The influence of career stages on salespeople's job attitudes, work perceptions, and performance", *Journal of Marketing Research*, Vol. 23 No. 2, pp. 119-129.
- Chou, S.Y. (2012), "Millennials in the workplace: A conceptual analysis of millennials' leadership and followership styles", *International Journal of Human Resource Studies*, Vol. 2 No. 2, p. 71.
- Cropanzano, R., Rupp, D.E. and Byrne, Z.S. (2003), "The relationship of emotional exhaustion to work attitudes, job performance, and organizational citizenship behaviors", *Journal of Applied Psychology*, Vol.88 No. 1, p. 160
- Fine, Leslie M. and Dr. Sarah Fisher Gardial,1990. "The Effect Of SelfMonitoring And Similarity On Salesperson Inferential Processes", *Journal Of Personal Selling And Sales Management* Volume X (Fall 1990)
- Friend,Scott B., Jeff S. Johnson, Fred Luthans, and Ravipreet S. Sohi. 2016.Positive Psychology in Sales: Integrating Psychological Capital. *Journal of Marketing Theory and Practice*, vol. 24, no. 3 (Summer 2016), pp. 306-327. doi: 10.1080/10696679.2016.1170525.
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23. Semarang: UNDIP.

- Gollwitzer, P.M. and Sheeran, P. (2006), "Implementation intentions and goal achievement: a Meta-analysis of effects and processes", *Advances in Experimental Social Psychology*, Vol. 38, pp. 69- 119.
- Goolsby, Jerry R., Rosemary R Lagace and Michael L. Boorom, 1992. "Psychological Adaptiveness And Sales Performance", *Journal Of Personal Selling And Sales Management* Vol XII No 2 (Spring 1992)
- Hanafi, B.D., & Yohana, C. (2017). Pengaruh Motivasi, dan Lingkungan Kerja terhadap Kinerja Karyawan dengan Kepuasan Kerja sebagai Variabel Mediasi pada PT BNI Lifeinsurance. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Bisnis*, 5(1), 73-89.
- Holmes, J. and Marra, M. (2002), "Having a laugh at work: how humour contributes to workplace culture", *Journal of Pragmatics*, Vol. 34 No. 12, pp. 1683-1710.
- Kelley, R. and Caplan, J. (1992), "How bell labs creates star performers", *Harvard Business Review*, Vol. 71 No. 4, pp. 128-139.
- Knowles, Patricia A, Stephen J Grove and Kay Keck, 1996. "Signal Detection Theory And Sales Effectiveness", *Journal Of Personal Selling And Sales Management* Volume XVI No 3 (Summer 1996)
- Kumar, V., Ashley Goreczny, Todd Maurer, (2018) "What drives a salesperson's goal achievement? An empirical examination", *Journal of Business & Industrial Marketing*, Vol. 33 Issue: 1, pp.3- 18, <https://doi.org/10.1108/JBIM-06-2017-0128>
- Locke, E.A. and Latham, G.P. (2002), "Building a practically useful theory of goal setting and task motivation: a 35-year odyssey", *American Psychologist*, Vol. 57 No. 9, p. 705
- Locke, E.A. and Latham, G.P. (2006), "New directions in goal-setting theory", *Current Directions in Psychological Science*, Vol. 15 No. 5, pp. 265-268.
- McCull-Kennedy, J.R. and Anderson, R.D. (2002), "Impact of leadership style and emotions on subordinate performance", *The Leadership Quarterly*, Vol. 13 No. 5, pp. 545-559.
- Miner, J.B. (2005), "Goal-setting theory", *Organizational Behavior 1: Essential Theories of Motivation and Leadership*, Prentice-Hall, India, Chapter 10, pp. 159-183.
- Mulki, Jay Prakash ., William B. Locander, Greg W. Marshall, Eric G. Harris & James Hensel. 2013. Workplace Isolation, Salesperson Commitment, and Job Performance. *Journal of Personal Selling & Sales Management* . Volume 28, 2008 - Issue 1
- Ordoñez, L.D., Schweitzer, M.E., Galinsky, A.D. and Bazerman, M.H. (2009), "Goals gone wild: The systematic side effects of overprescribing goal setting", *The Academy of Management Perspectives*, Vol. 23 No. 1, pp. 6-16.
- Schat, A.C. and Frone, M.R. (2011), "Exposure to psychological aggression at work and job performance: the mediating role of job attitudes and personal health", *Work and Stress*, Vol. 25 No. 1, pp. 23-40.
- Schweitzer, M.E., Ordoñez, L. and Douma, B. (2004), "Goal setting as a motivator of unethical behavior", *Academy of Management Journal*, Vol. 47 No. 3, pp. 422-432

Puji Endah Purnamasari, Fani Firmansyah

- Seijts, G.H. and Crim, D. (2006), "What engages employees the most or, the ten C's of employee engagement", *Ivey Business Journal*, Vol. 70 No. 4, pp. 1-5.
- Smith, K.G., Locke, E.A. and Barry, D. (1990), "Goal setting, planning, and organizational performance: an experimental simulation", *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, Vol. 46 No. 1, pp. 118-134.
- Spiro, Rosann L. and Barton A. Weitz, 1990. "Adaptive Selling: Conceptualization, Measurement And Nomological Validity", *Journal Of Marketing Research* Volume XXVII (February 1990)
- Zimmerman, B.J., Bandura, A. and Martinez-Pons, M. (1992), "Self-motivation for academic attainment: the role of self-efficacy beliefs and personal goal setting", *American Educational Research Journal*, Vol. 29 No. 3, pp. 663-676.