

**PENGARUH ORIENTASI PEMBELAJARAN, KERJA CERDAS DAN KERJA KERAS
TERHADAP KINERJA TENAGA PENJUALAN PERUSAHAAN FREIGHT
FORWARDING DI SEMARANG**

Lisda Rahmasari

Universitas Maritim AMNI

Jl. Soekarno-Hatta No.180 Semarang

Email : lisdarahmasari272@gmail.com

***Abstract:** This study aims to analyze the learning orientation on the performance of salespeople through smart work, and hard work owned by salespeople. High sales force performance is needed by the company so that sales success can be achieved. Learning orientation is one of the factors that have an influence on increasing salesperson performance, because with a learning orientation it can make a salesperson able to work smartly, have the ability to sell, so that the salesperson's performance will increase. The research method uses SEM (Structural Equation Modeling) analysis with the AMOS program. The results of the study prove that learning orientation, smart work and hard work have a positive influence on the performance of salespeople.*

Key Word : Learning Orientation, Smart Work And Hard Work

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis orientasi pembelajaran terhadap kinerja tenaga penjual melalui kerja cerdas, dan kerja keras yang dimiliki oleh tenaga penjual. Kinerja tenaga penjual yang tinggi sangat diperlukan oleh perusahaan agar kesuksesan penjualan dapat tercapai. Orientasi pembelajaran merupakan salah satu faktor yang memiliki pengaruh terhadap peningkatan kinerja tenaga penjual, karena dengan adanya orientasi pembelajaran dapat membuat seorang tenaga penjual mampu bekerja dengan cerdas, memiliki kemampuan menjual, sehingga kinerja tenaga penjual akan meningkat. Metode penelitian menggunakan analisa SEM (*Structural Equation Modelling*) dengan Program AMOS. Hasil penelitian membuktikan orientasi pembelajaran, kerja cerdas dan kerja keras mempunyai pengaruh yang positif terhadap kinerja tenaga penjual

Kata Kunci : Orientasi Pembelajaran, Kerja Cerdas, Dan Kerja Keras

PENDAHULUAN

Kecerdasan otak hanya menyumbang kira-kira 20% bagi faktor-faktor yang menentukan sukses dalam hidup, danyang 80% lainnya diisi oleh kekuatan-kekuatan lain, termasuk kecerdasan emosional yang meliputi kemampuan untuk memotivasi diri dan bertahan menghadapi frustrasi, mengendalikan dorongan hati dan tidak melebih-lebihkan kesenangan, mengatur suasana hati dan menjaga beban stress agar tidak melumpuhkan kemampuan berfikir, berempati dan berdoa. Perusahaan dapat dikenang dan diingat oleh konsumen karena kinerja tenaga penjualannya. Kerja cerdas adalah bagian dari keunggulan individual kinerja tenaga penjualan dalam benak konsumen. Hasiholan, (2020) dalam penelitiannya menunjukkan hasil bahwa kerja cerdas berpengaruh positif terhadap kinerja penjualan, dengan berbagai macam perilaku dan persepsi konsumen serta beragam jenis situasi penjualan yang berbeda-beda, tenaga penjual yang mampu bekerja dengan cerdas mampu mengatasi hal-hal tersebut dan dapat meningkatkan kemungkinan keberhasilan penjualannya.

Tenaga penjualan mampu bekerja dengan cerdas karena orientasi belajar yang tinggi dan didasari dengan komitmen organisasional yang kuat, tenaga penjualan yang memiliki orientasi belajar maupun yang berkomitmen terhadap perusahaan akan lebih mau berusaha mencari jalur-jalur alternatif dan lebih mau mencari sarana yang paling cerdas untuk mencapai tujuan perusahaan. Seorang tenaga penjual dalam industri perusahaan dituntut dapat kerja cerdas dalam membuat strategi penjualan yang tepat, dan selalu kerja keras dan tidak mudah menyerah dalam meyakinkan pelanggan. Oleh karena itu, orientasi pembelajaran yang dimiliki tenaga penjual merupakan salah satu faktor penting yang memiliki peranan dalam peningkatan kinerja tenaga penjual. Ketrampilan tenaga penjual sangat diperlukan dalam menjalankan tugasnya secara efektif, termasuk didalamnya pengetahuan mengenai produk dan bagaimana cara kerjanya, presentasi penjualan serta ketrampilan yang lain.

LANDASAN TEORI

Orientasi Pembelajaran

Orientasi pembelajaran berpangkal dari kepentingan instrinsik dalam kerja seseorang mengenai pilihan terhadap tantangan kerja, atau keinginan mencari peluang. Orientasi pembelajaran dirujuk sebagai orientasi penguasaan, dimana *salespeople* menikmati penemuan cara menjual yang efektif, sehingga tenaga penjual lebih tertarik terhadap tantangan dalam menjual dan tidak teraluterganggu dengan kesalahan yang mungkin dilakukan, mereka menilai perasaan pertumbuhan personal dan keberhasilan yang mereka dapatkan dari pekerjaan mereka. Para psikolog mengidentifikasi dua tujuan dasar seseorang dalam mencapai prestasi, yaitu orientasi pembelajaran dan orientasi kinerja. Orientasi pembelajaran bertujuan mengorientasikan seseorang untuk meningkatkan kemampuan yang mereka kerjakan. Sedangkan tujuan orientasi kinerja adalah mengorientasikan mereka untuk mencapai evaluasi positif akan kemampuan yang dimilikinya.

Orientasi pembelajaran merupakan investasi jangka panjang yang dimiliki perusahaan, karena dengan adanya orientasi pembelajaran tenaga penjual akan termotivasi untuk bekerja dengan cerdas dan bekerja keras dibanding hanya dengan memberikan imbalan dalam jangka pendek (Garvin 2019). Selain itu, orientasi pembelajaran juga membantu dalam memotivasi tenaga penjual untuk meningkatkan keahlian, mencari tantangan dan memperoleh kepercayaan yang dapat membantu mereka dalam mengembangkan pengetahuan dalam lingkungan penjualan dengan lebih meningkatkan strategi penjualan yang lain. Maka dari itu, adanya orientasi pembelajaran, tenaga penjual diharapkan dapat meningkatkan kemampuan dan keahliannya dalam strategi penjual. Dimana semakin tinggi orientasi pembelajaran dari seorang tenaga penjual maka akan meningkatkan wawasan yang berkaitan dengan kemampuan (skill) yang menunjang pekerjaannya hal tersebut akan memotivasi dirinya untuk bekerja lebih keras dan juga cerdas dalam meningkatkan kinerjanya.

Kerja Cerdas

Tenaga penjual yang *working smart*, dapat membuat perencanaan dan menentukan perilaku serta aktivitas penjual yang baik maupun tidak baik untuk dilakukan (Sujan, et al, 2020). Tenaga penjual yang mampu kerja dengan cerdas akan lebih mudah memahami perilaku seseorang dan lebih mudah dalam mengambil keputusan dengan cepat berdasarkan pertimbangan-pertimbangan yang lebih matang, karena tenaga penjualan yang cerdas memiliki pengetahuan penjualan dalam setiap situasi penjualan. Dengan bekerja lebih cerdas, diindikasikan tenaga penjual mulai melakukan perencanaan dalam menentukan perilaku dan aktifitas penjualan yang pantas maupun tidak untuk dilakukan, dan mereka akan lebih dapat menyesuaikan perubahan perilaku penjualan dan aktivitas dengan pertimbangan situasional. Intelijensi kontekstual membutuhkan perencanaan dan persiapan secara mental, yakindengan kemampuan yang dimiliki seseorang untuk mengubah perilaku, dan secara situasional dapat melakukan penyesuaian yang memadai dalam perilaku.

Kerja Keras

Sujan et al (2020), menyatakan bahwa kerja keras merupakan manivestasi kunci dari keseluruhan usaha tenaga penjual dan ketahanan mereka dalam hal lama waktu yang dicurahkan dalam bekerja dan usaha lanjutan yang dilakukan ketika mengalami kegagalan. Tenaga penjual yang bekerja dengan keras menunjukkan tingkat tanggung jawab yang tinggi dari seorang tenaga penjual untuk bekerja lebih baik dari target job description yang diberikan perusahaan, hal tersebut akan berdampak positif bagi perusahaan karena tenaga penjualan memberikan pengorbanan atas kinerjanya untuk bekekerja lebih keras bagi perusahaan sehingga semakin tinggi kerja keras maka semakin tinggi kinerja tenaga penjual. Perilaku kerja yang keras merupakan suatu cara yang dapat dipilih untuk menggali usaha. Perilaku kerja yang keras merupakan keseluruhan pendapatan yang diperoleh tenaga penjual atas pekerjaan yang telah mereka lakukan. Tenaga penjual yang mempunyai perilaku kerja keras yaitu, tenaga penjual yang selalu berupaya atau tidak mudah menyerah ketika mengalami kegagalan, dan selalu berusaha memanfaatkan setiap waktu yang ada untuk mencapai tujuan penjualannya.

Kinerja Tenaga Penjualan

Menurut Sujan (2020), tenaga penjual yang berkemampuan membuat perencanaan penjualan dan mempunyai kemampuan dalam memilih strategi penjualan yang tepat akan lebih mudah memahami perilaku seseorang dan lebih mudah dalam mengambil keputusan dengan cepat berdasarkan pertimbangan-pertimbangan yang lebih matang, karena tenaga penjualan yang memiliki pengetahuan penjualan dalamSeorang tenaga penjual yang berperilaku kerja dengan giat, dapat membuat perencanaan dan menentukan perilaku serta aktivitas penjual yang baik maupun tidak baik untuk dilakukan . Salah satu faktor kunci meningkatkan kinerja tenaga penjual adalah dengan membuat tenaga penjual berperilaku kerja secara cerdas ketika melakukan interaksi dengan konsumen, karena bagaimanapun tenaga penjual merupakan pihak yang melakukan kontak langsung dengan konsumen. Tenaga penjual yang berkemampuan membuat perencanaan penjualan dan mempunyai kemampuan dalam memilih strategi penjualan yang tepat akan lebih mudah memahami perilaku seseorang dan lebih mudah dalam mengambil keputusan dengan cepat berdasarkan pertimbangan-pertimbangan yang lebih matang, karena tenaga penjualan yang memiliki pengetahuan penjualan dalamsetiap situasi penjualan,diindikasikan tenaga penjual mulai melakukan perencanaan dalam menentukan perilaku dan aktifitas penjualan yang pantas maupun tidak untuk dilakukan, dan mereka akan lebih dapat menyesuaikan perubahan perilaku penjualan dan aktivitas dengan pertimbangan situasional .

Hipotesis

Berdasarkan telaah pustaka dan model pemikiran teoritis, maka hipotesis yangdiajukan dalam penelitian ini adalah:

H1: Orientasi Pembelajaran berpengaruh positif terhadap kinerja tenaga penjualan

H2: Kerja cerdas berpengaruh positif terhadap kinerja tenaga penjualan

H3: Kerja keras berpengaruh positif terhadap kinerja tenaga penjualan.

Definisi Operasional Variabel

Orientasi Pembelajaran

Definisi dari orientasi pembelajaran adalah perhatian tenaga penjual terhadap usaha untuk meningkatkan kemampuan diri melalui proses pembelajaran. Indikator dari orientasi pembelajaran meliputi :

1. Mempelajari hal – hal baru
2. Selalu mengimplementasikan hasil- hasil pelatihan
3. Kreativitas

Kerja Cerdas

Definisi dari kerja cerdas adalah perilaku yang diarahkan pada pengembangan pengetahuan mengenai situasi penjualan serta penggunaan pengetahuan tersebut dalam situasi penjualan. Indikator variabel kerja cerdas meliputi :

1. Kemampuan dalam membuat perencanaan penjualan
2. Kemampuan memilih dan menggunakan strategi penjualan dengan tepat,
3. Kemampuan memprioritaskan dan mengutamakan pekerjaan.

Kerja Keras

Definisi dari kerja keras adalah keseluruhan dari jumlah usaha yang dicurahkan sales people pada pekerjaan mereka, dalam hal waktu yang dicurahkan dalam bekerja dan usaha lanjutan yang dilakukan ketika mengalami kegagalan. Ada tiga indikator untuk mengukur inovasi dalam penelitian ini, yaitu:

1. Lebih cepat dalam menyelesaikan tugas.
2. Tidak mudah menyerah.
3. Selalu meningkatkan kinerja.

Kinerja Tenaga Penjualan

Definisi dari kinerja tenaga penjualan adalah kontribusi yang diberikan oleh karyawan, dalam hal ini tenaga penjual, dalam mencapai tujuan umum perusahaan, misalnya meningkatkan pendapatan. Ada tiga indikator Kinerja Tenaga Penjualan antara lain :

1. Peningkatan penjualan
2. Jumlah pelanggan
3. Target tercapai sesuai dengan waktu yang ditentukan

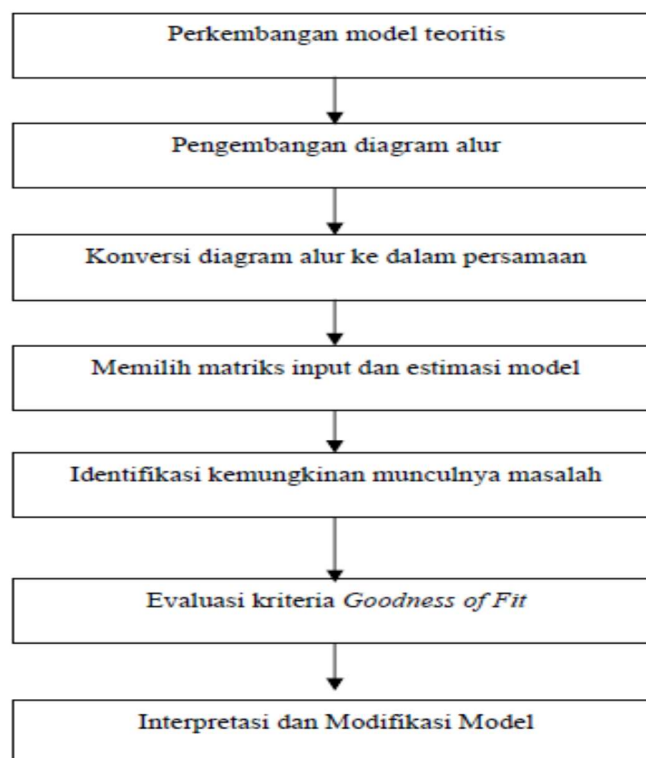
METODE PENELITIAN

Penelitian ini membutuhkan suatu analisis data dan intepretasinya yang akandigunakan untuk menjawab pertanyaan – pertanyaan penelitian untukmengungkap fenomena sosial tertentu. Sehingga analisa data adalah prosespenyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dandiinterpretasikan. Model yang akan digunakan dalam penelitian ini adalahmodel kausalitas atau hubungan atau pengaruh dan untuk menguji hipotesisyang diajukan, maka teknik analisis yang digunakan adalah SEM (*StructuralEquation Modelling*) dari pakar statistik AMOS. Alasan penggunaan SEM (*Structural Equation Modelling*) adalah karenateknik multivariat ini yang menggabungkan aspek dari regresi berganda (meneliti hubungan ketergantungan) dan analisis faktor untuk mengestimasiangkaian hubungan ketergantungan yang saling berhubungan secara simultan (Ghozali, 2011). Permodelan penelitian melalui SEM memungkinkanseseorang peneliti dapat menjawab pertanyaan penelitian yang bersifat regresifmaupun dimensional (yaitu mengukur apa dimensi – dimensi dari sebuahkonsep). Pada saat seorang peneliti menghadapi pertanyaan penelitian berupaidentifikasi dimensi – dimensi sebuah konsep atau konstruk (seperti yangbiasanya dilakukan dalam analisis faktor) dan pada saat yang sama penelitiingin mengukur pengaruh atas tingkat hubungan antar faktor yang telahdiidentifikasi dimensi – dimensinya itu, SEM akan merupakan alternative jawaban yang layak dipertimbangkan. Oleh karena itu dapat dikatakan bahwapada dasarnya SEM adalah kombinasi antara analisis faktor dan analisisregresi berganda (Ferdinand,2020). Penelitian akan menggunakan dua macam teknik analisis, yaitu:

a. *Regression Weight Analysis*, digunakan untuk menganalisis pengaruh antarvariabel yang diteliti.

- b. Analisis Faktor Konfirmatori (*Confirmatory Factor Analysis*), digunakan untuk mengkonfirmasi faktor – faktor yang paling dominan dalam satu kelompok variabel. Terdapat tujuh langkah yang harus dilakukan dalam menggunakan SEM, yaitu:

GAMBAR 3.1
LANGKAH – LANGKAH SEM

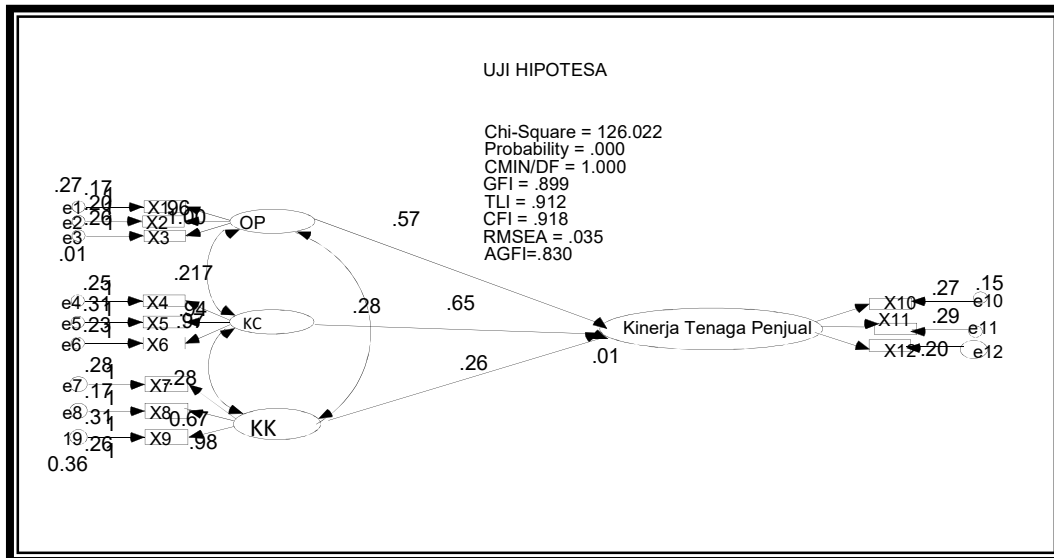


HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Structural Equation Model

Analisis selanjutnya adalah analisis *Structural Equation Model* (SEM) secara *Full Model* yang dimaksudkan untuk menguji model dan hipotesis yang dikembangkan dalam penelitian ini. Pengujian model dalam *Structural Equation Model* dilakukan dengan dua pengujian, yaitu uji kesesuaian model dan uji signifikansi kausalitas melalui uji koefisien regresi.

Gambar Hasil Uji *Structural Equation Model*



Sumber : Data Amos Yang Diolah, 2022

Tabel Evaluasi Kinerja *Goodness of Fit*

Kriteria	Hasil Model	Nilai Kritis (Cut off Model}	Evaluasi Model
Chi Square	126.022	Kecil	Cukup Baik
Probability	0.000	> 0.05	Baik
Cmin/df	1.000	≤ 2.0	Baik
GFI	0.899	≥ 0.90	Baik
TLI	0.912	≥ 0.95	Baik
CFI	0.918	≥ 0.95	Baik
RMSEA	0.035	≤ 0.08	Baik
AGFI	0.830	≥ 0.90	Baik

Sumber : Data primer yang diolah dengan AMOS

Berdasarkan hasil pengamatan pada gambar pada grafik analisis full model dapat ditunjukkan bahwa model memenuhi kriteria fit, hal ini ditandai dengan nilai dari hasil perhitungan memenuhi kriteria layak full model.

Tabel *Regression Weight*

			C.R.	P
Kinerja Tenaga Penjual	<---	Orientasi Pembelajaran	2.4	.0
Kinerja Tenaga Penjual	<---	Kerja Cerdas	2.7	.0
Kinerja Tenaga Penjual	<---	Kerja Keras	2.5	.0
X6	<---	Kemampuan memprioritaskan / mengutamakan pekerjaan	11.3	.0
X5	<---	Kemampuan memilih dan menggunakan strategi penjualan dengan tepat,	12.3	.0
X4	<---	Kemampuan membuat perencanaan penjualan	12.3	.0
X1	<---	Mempelajari hal – hal baru	11.4	.0
X2	<---	Selalu mengimplementasikan hasil- hasil pelatihan	12.3	.0
X3	<---	Kreativitas	12.3	.0
X7	<---	lebih cepat dalam menyelesaikan tugas	14.2	.0
X8	<---	tidak mudah menyerah,	13.2	.0
X9	<---	Selalu meningkatkan kinerja	12.4	.0
X10	<---	peningkatan penjualan target tercapai sesuai target	14.2	.0
X12	<---	target tercapai sesuai dengan waktu yang ditentukan	13.2	.0
X11	<---	jumlah pelanggan	12.4	.0

Sumber : Data Primer Yang Diolah

Berdasarkan pada Gambar 5.1 dan Tabel 5.2 bahwa setiap indikator pembentuk variabel laten menunjukkan hasil yang memenuhi kriteria yaitu nilai CR di atas 1,96 dengan P lebih kecil dari pada 0,05 dan nilai lamda atau *loading factor* yang lebih besar dari 0,5. Hasil tersebut dapat dikatakan bahwa indikator-indikator pembentuk variabel laten tersebut secara signifikan merupakan indikator dari faktor-faktor laten yang dibentuk. Dengan demikian, model yang dipakai dalam penelitian ini dapat diterima.

Hasil Pengujian Hipotesis

Tahap pengujian hipotesis ini adalah untuk menguji hipotesis penelitian diajukan pada Bab II. Pengujian hipotesis ini didasarkan atas pengolahan data penelitian dengan menggunakan analisis SEM, dengan cara menganalisis nilai regresi yang ditampilkan pada Tabel 5.2 (*Regression Weights Analisis Structural Equation Modeling*). Pengujian hipotesis ini adalah dengan menganalisis nilai *Critical Ratio* (CR) dan nilai *Probability* (P) hasil olah data, dibandingkan dengan batasan statistik yang disyaratkan, yaitu di atas 1,96 untuk nilai CR dan dibawah 0,05 untuk nilai P. Apabila hasil olah data menunjukkan nilai yang memenuhi syarat tersebut, maka hipotesis penelitian yang diajukan dapat diterima. Secara rinci pengujian hipotesis penelitian akan dibahas secara bertahap sesuai dengan hipotesis yang telah diajukan. Pada penelitian ini diajukan empat hipotesis yang selanjutnya pembahasannya dilakukandibagian berikut:

Uji Hipotesis I

Hipotesis I menunjukkan bahwa orientasi pembelajaran mempunyai pengaruh yang positif terhadap kinerja tenaga penjual, hal ini mengindikasikan tenaga penjual yang mempunyai keinginan yang kuat untuk terus meningkatkan kemampuannya akan semakin menambah rasa percaya diri untuk bekerja dengan kemampuan terbaiknya melalui ide-ide yang dapat memberikan kontribusi yang baik, tenaga penjual cenderung bekerja dengan efektif dalam melaksanakan tugas-tugasnya. Hasil penelitian tersebut konsisten dengan penelitian yang dilakukan Sujana *et al* (2020) yang menunjukkan bahwa orientasi pembelajaran memiliki pengaruh yang signifikan dengan variable bekerja secara intelektual (*working smart*), dan bekerja secara intelektual memiliki pengaruh yang positif terhadap kinerja tenaga penjualan. Berdasarkan hasil dari pengolahan data diketahui bahwa nilai *Critical Ratio* (CR) adalah sebesar 2,4 dengan nilai *Probability* (P) sebesar 0,00. Hasil dari kedua nilai ini memberikan informasi bahwa hipotesis 1 penelitian ini dapat diterima, karena memenuhi syarat di atas 1,96 untuk *Critical Ratio* (CR) dan dibawah 0,05 untuk nilai *Probability* (P), dengan demikian dapat dikatakan bahwa hipotesis 1 penelitian ini dapat diterima.

Uji Hipotesis II

Hipotesis 2 mengindikasikan bahwa kerja cerdas berpengaruh positif terhadap kinerja tenaga penjual, hal ini dikarenakan tenaga penjual yang mampu kerja dengan cerdas (*smart*) akan lebih mudah memahami perilaku seseorang dan lebih mudah dalam mengambil keputusan dengan cepat berdasarkan pertimbangan – pertimbangan yang lebih matang, selain itu tenaga penjual yang cerdas memiliki pengetahuan penjualan dalam setiap situasi penjualan. Hal ini mendukung penelitian Sujana et al., (2020) yang menunjukkan bahwa kerja cerdas berpengaruh positif terhadap kinerja tenaga penjual. Berdasarkan hasil dari pengolahan data diketahui bahwa nilai *Critical Ratio* (CR) adalah sebesar 2,7 dengan nilai *Probability* (P) sebesar 00. Hasil dari kedua nilai ini memberikan informasi bahwa hipotesis 2 penelitian ini dapat diterima, karena memenuhi syarat di atas 1,96 untuk *Critical Ratio* (CR) dan dibawah 0.05 untuk nilai *Probability* (P), dengan demikian dapat dikatakan bahwa hipotesis 2 penelitian ini dapat diterima.

Uji Hipotesis III

Hipotesis 3 mengindikasikan bahwa kerja keras berpengaruh positif terhadap kinerja tenaga penjual, hal ini dikarenakan kerja keras merupakan keseluruhan pendapatan yang diperoleh tenaga penjual atas pekerjaannya yang telah mereka lakukan. Tenaga penjual yang kerja keras, selalu berupaya atau tidak mudah menyerah ketika mengalami kegagalan, dan selalu berusaha memanfaatkan setiap waktu yang ada untuk mencapai tujuan yaitu pencapaian target penjualannya. Hal ini mendukung penelitian Sujana et al., (1994) dan Hasiholan (1994) yang menunjukkan bahwa kerja keras berpengaruh positif terhadap kinerja tenaga penjual. Berdasarkan hasil dari pengolahan data diketahui bahwa nilai *Critical Ratio* (CR) adalah sebesar 2,5 dengan nilai *Probability* (P) sebesar 00. Hasil dari kedua nilai ini memberikan informasi bahwa hipotesis 3 penelitian ini dapat diterima., karena memenuhi syarat di atas 1,96 untuk *Critical Ratio* (CR) dan dibawah 0.05 untuk nilai *Probability* (P), dengan demikian dapat dikatakan bahwa hipotesis 3 penelitian ini dapat diterima.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian bahwa orientasi pembelajaran, kerja cerdas dan kerja keras mempunyai pengaruh yang positif terhadap kinerja tenaga penjual . Hal ini mengindikasikan tenaga penjual yang mempunyai keinginan yang kuat untuk terus meningkatkan kemampuannya akan semakin menambah rasa percaya diri untuk bekerja dengan kemampuan terbaiknya melalui ide-ide yang dapat memberikan kontribusi yang baik, tenaga penjual cenderung bekerja dengan efektif dalam melaksanakan tugas-tugasnya.

SARAN

Dari hasil penelitian variabel yang paling dominan dalam meningkatkan kinerja tenaga penjual adalah kerja cerdas. Oleh karena itu perusahaan harus senantiasa meningkatkan kemampuan dalam mengutamakan pekerjaan , kemampuan memilih dan menggunakan strategi penjualan dengan tepat dan kemampuan membuat perencanaan penjualan dari para tenaga penjualnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Challagalla, Goutam N dan Tasaddug A Shervani, (1996), “Dimensions and Types of Supervisory Control: Effects on Salesperson Performance and Satisfaction”, *Journal of Marketing*, Januari, 89-105.
- Cooper, D.R dan Emory, C.W (1995), *Bussiness Research Methods*, Fifth Edition, USA: Richard D. Irwin, Inc.
- Denny Hotman Hasiholan Sitompul, (2004), “Pengaruh Orientasi Belajar dan Komitmen Organisasional Terhadap Keja Cerdas Dalam Meningkatkan Kinerja Penjualan,” *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, Vol.III, No.1, Mei 2004, 41-54
- Ferdinand, A.T, 2006, “SEM Dalam Penelitian Manajemen”, Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang, Indonesia.
- Ghozali, I. 2011. *Model Persamaan Struktural: Teori, dan Aplikasi dengan Program AMOS 24 (7ed)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Skinner, Steven J, (2000), “Peak Performance in The Salesforce”, *Journal of Personnal Selling & Sales Management*, Vol XX, No.1.
- Slater, S.F & Narver, J.C, (1994), “Market Orientation and The Learning Organization,” *Journal of Marketing*, Vol.59, July
- Sujan, Harish, Barton A. Weitz, dan Nirmalya Kumar, (2020), “Learning Orientation, Working Smart, and Efective Selling”, *Journal of Marketing*, Vol.58, July, 39-52.
- Tansu, AB, (1999), “Benchmark of Succesfull Salesforce Performance,” *Canadian Journal of Administrative Science*