



## PENGARUH *TECHNICAL SALES SKILL* DAN *NON TECHNICAL SALES SKILL* TERHADAP KINERJA TENAGA PENJUALAN MELALUI KEPERCAYAAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*

Puji Lestari✉, Sri Wartini✉

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang, Semarang, Indonesia

### Info Artikel

*Sejarah Artikel:*  
Diterima Januari 2015  
Disetujui Februari 2015  
Dipublikasikan  
Maret 2015

*Keywords:*  
*Customer Confidence; Non  
Technical Sales Skill; Sales  
Performance; Technical  
Sales Skill*

### Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan *technical sales skill*, *non technical sales skill* berpengaruh terhadap kinerja tenaga penjualan melalui kepercayaan konsumen sebagai variabel *intervening*. Pengambilan sampel dengan menggunakan teknik *incidental sampling*, jumlah responden sebanyak 116 responden. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode kuesioner, metode wawancara, dan metode observasi. Analisis data yang digunakan yaitu analisis jalur (*path analysis*) dengan program IBM SPSS 20. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kepercayaan konsumen berperan sebagai variabel *intervening* antara *technical sales skill* dan *non technical sales skill* terhadap kinerja tenaga penjualan. Simpulan dari penelitian ini terbukti bahwa variabel kepercayaan konsumen mampu memediasi variabel *technical sales skill* dan *non technical sales skill* terhadap kinerja tenaga penjualan.

### Abstract

*The purpose of this research is to explain technical sales skill, non-technical sales skill give influence toward sales performance through consumer confidence has a role as intervening variable. The sampling uses incidental sampling technique. The numbers of respondents are 116 respondents. The methods used to collect the data are questionnaire method, interview method and observation method. Data analysis used in this research is path analysis with IBM SPSS Statistics 20 program. The result of this research shows that consumer confidence variable has a role as intervening variable between technical sales skill and non-technical sales skill toward sales performance. The conclusion of this research is consumer confidence has a role as intervening variable between technical sales skill, and non technical sales skill, toward sales performance.*

## PENDAHULUAN

Memasuki era ekonomi global, menuntut perusahaan untuk menjadi yang terdepan dan terbaik dalam memberikan pelayanan yang memuaskan kepada konsumen. Ketatnya persaingan mengakibatkan persaingan sudah menjadi hal yang tidak bisa dihindari oleh perusahaan, sehingga perusahaan harus mempersiapkan strategi pemasaran dan juga didukung oleh sumber daya manusia yang tangguh. Dibutuhkan dukungan tenaga penjualan dalam perusahaan, dalam rangka untuk mencapai keberhasilan perusahaan.

Dukungan tenaga penjualan dalam sebuah perusahaan memiliki peranan yang sangat penting sebagai ujung tombak perusahaan dalam memaksimalkan keuntungan dan penjualan. Dukungan Tenaga penjual dalam sebuah perusahaan memiliki peranan yang sangat penting sebagai ujung tombak perusahaan dalam memaksimalkan keuntungan dan penjualan (Arafat, 2013). Menurut James Gwee dalam Anne (2014), peran agen atau tenaga penjual saat ini masih tetap relevan dan sangat penting, sebab konsumen di Indonesia lebih nyaman membeli dari manusia dibandingkan secara *online*. Oleh karena itu, dibutuhkan kemampuan teknis dan non teknis bagi tenaga penjualan.

Penelitian terdahulu yang melandasi penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Faisal (2012) menyatakan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan antara *technical skill* yang dimiliki oleh tenaga penjualan terhadap kinerja tenaga penjualan. Semakin bagus *technical skill* yang dimiliki oleh tenaga penjualan maka semakin bagus pula kinerja tenaga penjualan tersebut. Selain itu, hasil penelitian yang dilakukan oleh Ahmad (2010) yang menyatakan bahwa *interpersonal Skill* atau *non technical skill* secara signifikan dapat meningkatkan kinerja tenaga penjual.

Tenaga penjualan yang memiliki *non technical skill* yang semakin baik maka akan mampu menjelaskan, mempengaruhi dan mengajak konsumen untuk membeli produk yang mereka tawarkan. Kemudian kinerja

tenaga penjualan dapat dicapai oleh tenaga penjualan yang mempunyai *non technical skill* yang bagus, karena semakin bagus *non technical skill* yang dimiliki tenaga penjualan maka semakin bagus pula kinerja tenaga penjualan tersebut.

Hasil penelitian Biswas dan Sherell (1993) menyatakan bahwa seorang tenaga penjualan yang baik harus memiliki pengetahuan yang lebih tinggi untuk meningkatkan kepercayaan konsumen. Pengetahuan produk dibutuhkan agar konsumen yakin dan percaya bahwa konsumen memang butuh produk tersebut dan bukan untuk memaksa konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan oleh tenaga penjualan.

Pernyataan lain disampaikan oleh Ramsey dan Sohi (1997) menyatakan bahwa untuk meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap tenaga penjualan perlu diciptakan kebiasaan atau perilaku mendengarkan dalam diri tenaga penjualan agar mendengar dan mempertahankan keinginan dan keluhan konsumen. Hubungan yang baik antara konsumen dan tenaga penjualan akan semakin meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap tenaga penjualan. Hal tersebut dapat mendukung peningkatan kinerja tenaga penjualan.

Penelitian Murwartiningsih (2013), menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan antara kepercayaan konsumen terhadap kinerja tenaga penjualan. Kepercayaan konsumen terhadap kemampuan tenaga penjualan akan menumbuhkan keberlangsungan hubungan sehingga mampu meningkatkan kinerja tenaga penjualan.

Menurut Ahmad (2010) keterampilan teknik tenaga penjualan (*Technical Sales skill*) merupakan salah satu keterampilan yang dimiliki tenaga penjual dalam rangka mendukung kegiatan penjualannya, keterampilan teknis misalnya seperti, pengetahuan mengenai informasi desain dan spesifikasi dari produk, kemudian aplikasi dan fungsi dari produk yang ditawarkan kepada pelanggan (penguasaan *product knowledge*). Indikator yang digunakan dalam penelitian ini

adalah pengetahuan tentang produk, pengetahuan tentang pelanggan dan pengetahuan tentang pesaing. Berdasarkan uraian diatas maka dapat disusun hipotesis berikut:

H1: Ada pengaruh langsung *Technical Sales Skill* terhadap kepercayaan konsumen

Menurut Rentz et al. (2002) *Interpersonal Skill* atau *Non Technical Sales Skill* dapat diartikan sebagai suatu hal yang mengacu kepada algoritma mental dan komunikasi yang digunakan didalam berinteraksi dan komunikasi sosial dengan orang lain, untuk memperoleh hasil atau efek tertentu. Indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah kemampuan berkomunikasi, kemampuan bernegosiasi, penampilan, kejujuran dan tanggung jawab. Berdasarkan uraian diatas maka dapat disusun hipotesis:

H2: Ada pengaruh langsung *nontechnical sales skill* terhadap kinerja tenaga penjualan

Menurut Mayer et al. (1995) menyatakan bahwa kepercayaan konsumen didefinisikan sebagai kesediaan satu pihak untuk menerima resiko dari tindakan pihak lain berdasarkan harapan bahwa pihak lain melakukan tindakan penting untuk pihak yang mempercayainya, terlepas dari kemampuan untuk mengawasi dan mengendalikan tindakan pihak yang dipercaya. Indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah kecakapan tenaga penjualan, kebaikan hati tenaga penjualan dan integritas tenaga penjualan. Berdasarkan uraian diatas, maka dapat disusun hipotesis berikut:

H3: Ada pengaruh kepercayaan konsumen terhadap kinerja tenaga penjualan.

Menurut Baldauf et al. (2001) menyatakan bahwa kinerja tenaga penjualan adalah sebuah evaluasi dari kontribusi tenaga penjual terhadap pencapaian tujuan organisasi. Kinerja tenaga penjual memberikan pengaruh positif terhadap efektivitas organisasi penjualan,

disamping faktor lainnya yang dapat mempengaruhi efektivitas keseluruhan serta faktor-faktor lain yang berada diluar kendali tenaga penjualan (seperti persaingan, potensi pasar dan perubahan pasar). Indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah volume penjualan, pertumbuhan pelanggan dan pertumbuhan penjualan. Berdasarkan uraian diatas maka dapat disusun hipotesis berikut:

H4: Ada pengaruh langsung *technical sales skill* terhadap kinerja tenaga penjualan

H5: Ada pengaruh langsung *non technical sales skill* terhadap kinerja tenaga penjualan.

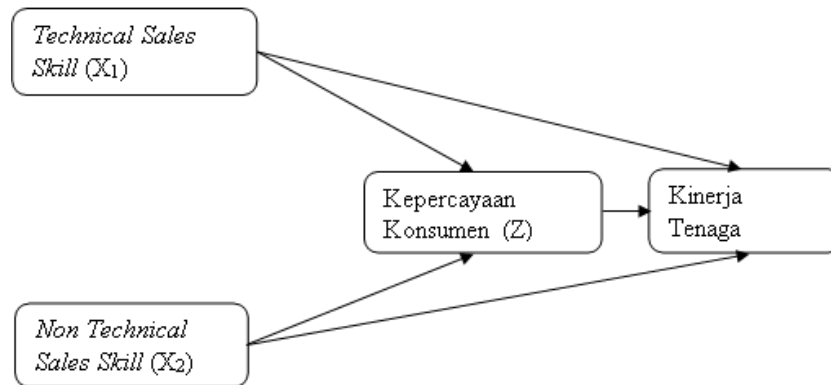
Kemampuan teknik yang dimiliki oleh tenaga penjualan seperti pengetahuan tentang produk sangat penting bagi tenaga penjualan karena hal ini menyangkut kepercayaan konsumen terhadap keberadaan sebuah produk. Tenaga penjualan yang tidak mampu menjawab setiap pertanyaan tentang produk, dapat memberikan dampak negatif yaitu konsumen menjadi ragu untuk menerima dan membeli produk tersebut. Berdasarkan uraian diatas maka dapat disusun hipotesis berikut:

H6: Ada pengaruh *Technical sales skill* terhadap kinerja tenaga penjualan melalui kepercayaan konsumen sebagai variabel *intervening*

Menurut Doney dan Cannon (1997) menyatakan bahwa semakin tinggi tenaga penjualan melakukan kontak atau komunikasi dengan konsumen, maka semakin tinggi kualitas hubungan tersebut, sehingga pada akhirnya hubungan tersebut menumbuhkan kepercayaan dalam benak konsumen. Berdasarkan uraian diatas maka dapat disusun hipotesis berikut:

H7: Ada pengaruh *Non technical sales skill* terhadap kinerja tenaga penjualan melalui kepercayaan konsumen sebagai variabel *intervening*

Dari penjelasan teori diatas maka dapat digambarkan model penelitian pada Gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Berfikir

## METODE PENELITIAN

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen dari produk Oriflame. Karena jumlah sampel tidak diketahui dengan pasti, maka penghitungan sampel menggunakan rumus iterasi. Sehingga didapatkan jumlah responden sebesar 116 responden. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah menggunakan teknik *Non Probability Sampling* yaitu teknik *Insidental Sampling*.

Menurut Sugiyono (2010) menyatakan bahwa *Incidental Sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan atau insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuesioner, wawancara, observasi dan dokumentasi.

Uji kelayakan instrument menggunakan dua cara yaitu uji validitas data dan uji reliabilitas data. Hasil uji validitas data dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel1. Uji Validitas

Var.	Perta nyaan	Nilai Sig. Alpha Hitung	Nilai Sig. Alpha Tabel	Ket
<i>Technical Sales Skill</i>	X1	0.038	0.05	Valid
	X2	0.015	0.05	Valid

<i>(X1)</i>	X3	0.007	0.05	Valid
	X4	0.008	0.05	Valid
	X5	0.003	0.05	Valid
	X6	0.006	0.05	Valid
	X7	0.022	0.05	Valid
	X8	0.006	0.05	Valid
	X9	0.001	0.05	Valid
	X10	0.004	0.05	Valid
	X11	0.000	0.05	Valid
	X12	0.002	0.05	Valid
	X13	0.004	0.05	Valid
	X14	0.000	0.05	Valid
	X15	0.000	0.05	Valid
	X16	0.000	0.05	Valid
	X17	0.000	0.05	Valid
	X18	0.000	0.05	Valid
	X19	0.002	0.05	Valid
<i>Non Technical Sales Skill (X2)</i>	X20	0.002	0.05	Valid
	X21	0.000	0.05	Valid
	X22	0.000	0.05	Valid
	X23	0.000	0.05	Valid
	X24	0.000	0.05	Valid
	X25	0.000	0.05	Valid
	X26	0.012	0.05	Valid
	X27	0.001	0.05	Valid
	X28	0.000	0.05	Valid
	X29	0.000	0.05	Valid
<i>Kepercayaan Konsumen</i>	X30	0.035	0.05	Valid
	X31	0.000	0.05	Valid
	X32	0.000	0.05	Valid

(Z)	X33	0.000	0.05	Valid
	X34	0.000	0.05	Valid
	X35	0.000	0.05	Valid
	X36	0.000	0.05	Valid
	X37	0.000	0.05	Valid
	X38	0.000	0.05	Valid
	X39	0.000	0.05	Valid
	Y1	0.000	0.05	Valid
	Y2	0.050	0.05	Valid
	Y3	0.000	0.05	Valid
Kinerja Tenaga Penjualan (Y)	Y4	0.000	0.05	Valid
	Y5	0.000	0.05	Valid
	Y6	0.000	0.05	Valid

Sumber: data yang diolah (2015)

Berdasarkan hasil pengukuran validitas data diperoleh nilai validitas data dalam penelitian ini memiliki nilai Sig. Alpha hitung  $\leq$  Sig. Alpha tabel 0.05 dengan demikian penelitian ini dinyatakan **valid**.

Berikut pada Tabel 2 disajikan hasil pengujian reliabilitas data.

**Tabel 2.** Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbrach's Alpha Hitung	Nilai Cronbrach's Alpha Tabel
<i>Technical Sales Skill</i> (X <sub>1</sub> )	0.754	$\geq 0.70$
<i>Non Technical Sales Skill</i> (X <sub>2</sub> )	0.916	$\geq 0.70$
Kepercayaan Konsumen (Z)	0.871	$\geq 0.70$
Kinerja Tenaga Penjualan (Y)	0.783	$\geq 0.70$

Sumber: data yang diolah (2015)

Berdasarkan Tabel 2 dapat dijelaskan bahwa, nilai *cronbrach's alpha* hitung diatas 0.70, hal ini menunjukkan bahwa semua variabel penelitian dinyatakan **reliabel**.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pengujian hipotesis menggunakan IBM SPSS 20, secara singkat dapat dilihat pada Tabel 3.

**Tabel 3.** Uji Signifikansi Parameter Individual

Hipotesis	Sig. Hitung	Sig. Alpha
Hipotesis 1	0.000	$< 0.05$
Hipotesis 2	0.000	$< 0.05$
Hipotesis 3	0.000	$< 0.05$
Hipotesis 4	0.000	$< 0.05$
Hipotesis 5	0.000	$< 0.05$

Sumber: data yang diolah (2015)

Berdasarkan Tabel 3 diperoleh nilai signifikansi  $0.000 < 0.05$ . Hal ini berarti Hipotesis 1 yang menyatakan *technical sales skill* berpengaruh langsung terhadap kepercayaan konsumen dinyatakan **diterima**.

Berdasarkan Tabel 3 diperoleh nilai signifikansi  $0.000 < 0.05$ . Hal ini berarti Hipotesis 2 yang menyatakan *nontechnical sales skill* berpengaruh langsung terhadap kepercayaan konsumen dinyatakan **diterima**.

Berdasarkan Tabel 3 diperoleh nilai signifikansi  $0.000 < 0.05$ . Hal ini berarti Hipotesis 3 yang menyatakan kepercayaan konsumen berpengaruh langsung terhadap kinerja tenaga penjualan dinyatakan **diterima**.

Berdasarkan Tabel 3 diperoleh nilai signifikansi  $0.000 < 0.05$ . Hal ini berarti Hipotesis 4 yang menyatakan *technical sales skill* berpengaruh langsung terhadap kinerja tenaga penjualan dinyatakan **diterima**.

Berdasarkan Tabel 3 diperoleh nilai signifikansi  $0.000 < 0.05$ . Hal ini berarti Hipotesis 5 yang menyatakan *nontechnical sales skill* berpengaruh langsung terhadap kinerja tenaga penjualan dinyatakan **diterima**.

## Uji Model Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Nilai pengaruh total variabel *technical sales skill* sebesar 0.504, dengan nilai pengaruh langsung variabel *technical sales skill* sebesar 0.491. Hal ini disebabkan pengaruh total *technical sales skill* lebih besar daripada pengaruh langsungnya ( $0.504 > 0.491$ ), maka Hipotesis 6 yang menyatakan *technical sales skill* berpengaruh terhadap kinerja tenaga penjualan melalui kepercayaan konsumen sebagai variabel intervening dinyatakan **diterima**. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kepercayaan

konsumen berperan sebagai variabel intervening antara *technical sales skill* terhadap kinerja tenaga penjualan.

Nilai pengaruh total variabel *nontechnical sales skill* sebesar 0.385, dengan nilai pengaruh langsung variabel *nontechnical sales skill* sebesar 0.313. Dikarenakan pengaruh total *non technical sales skill* lebih besar daripada pengaruh langsungnya ( $0.385 > 0.313$ ), maka Hipotesis 7 yang menyatakan *nontechnical sales skill* berpengaruh terhadap kinerja tenaga penjualan melalui kepercayaan konsumen sebagai variabel intervening dinyatakan **diterima**. Hal demikian menunjukkan bahwa variabel kepercayaan konsumen berperan sebagai variabel intervening antara *non technical sales skill* terhadap kinerja tenaga penjualan.

## SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan dari hasil penelitian dan pembahasan membuktikan bahwa. *Technical sales skill* berpengaruh secara langsung terhadap kepercayaan konsumen. Artinya semakin tinggi *technical sales skill* maka akan mampu meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap tenaga penjualan.

*Technical sales skill* berpengaruh secara langsung terhadap kepercayaan konsumen. Artinya semakin tinggi *technical sales skill* maka akan mampu meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap tenaga penjualan. Kepercayaan konsumen berpengaruh secara langsung terhadap kinerja tenaga penjualan. Artinya semakin tinggi kepercayaan konsumen terhadap tenaga penjualan maka dapat meningkatkan kinerja tenaga penjualan.

*Technical sales skill* berpengaruh secara langsung terhadap kinerja tenaga penjualan. Artinya semakin tinggi *technical sales skill* maka dapat meningkatkan kinerja tenaga penjualan. *Non technical sales skill* tenaga penjualan berpengaruh secara langsung terhadap kinerja tenaga penjualan. Artinya semakin tinggi *non technical sales skill* maka akan meningkatkan kinerja tenaga penjualan.

*Technical sales skill* berpengaruh terhadap kinerja tenaga penjualan, melalui kepercayaan konsumen. Artinya kepercayaan konsumen

dapat memediasi antara *technical sales skill* terhadap kinerja tenaga penjualan. *Non technical sales skill* berpengaruh terhadap kinerja tenaga penjualan, melalui kepercayaan konsumen. Artinya kepercayaan konsumen dapat memediasi antara *non technical sales skill* terhadap kinerja tenaga penjualan.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat diberikan saran atau implikasi manajerial bahwa pertama, meningkatkan *technical sales skill*, perusahaan hendaknya mampu meningkatkan pengetahuan tenaga penjualan mengenai pesaing, dengan cara menjadi konsumen atau bertanya terhadap konsumen produk pesaing untuk mengetahui kelemahan dan kelebihan produk pesaing, serta strategi penjualan pesaing, kedua, meningkatkan *non technical sales skill*, perusahaan hendaknya mampu meningkatkan tanggung jawab tenaga penjualan, dengan memberikan pelatihan dan motivasi agar tenaga penjualan mampu menepati janji, mengantarkan produk yang sesuai dengan keinginan konsumen dan memberikan pelayanan purnajual kepada konsumen.

Ketiga, meningkatkan kepercayaan konsumen, perusahaan hendaknya mampu meningkatkan kebaikan hati tenaga penjualan terhadap konsumen, dengan mengaktifkan status komunitas Oriflame, baik secara langsung maupun melalui media social. Agar tenaga penjualan peduli terhadap informasi yang diinginkan konsumen, mampu memberikan solusi atas permasalahan konsumen dan membantu mencari alternatif produk bagi konsumen.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahearne, M & Schillwaert, N. 2000. The Effect Of Information Technology On Salesperson Performance. Pennsylvania State University: eBusiness research center
- Ahmad, B. M. S & Kitchen, P. J. 2010. The Relationship Between Sales Skill And Salesperson Performance And The Impact Of Organizational Commitment As Amoderator: An Empirical Study In A Malaysian Telecommunications Company. *International Journal Of Economic And Management*.

- Anne, M. C & Edwin, J. 2014. Analisa Persepsi Pelanggan Terhadap Kinerja Agen Properti dan Pengaruhnya Terhadap Kepercayaan di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*. 2 (1): 1-8.
- Arafat, R. 2013. Pengaruh Dimensi Sales Skill Terhadap Kinerja Penjualan. *Management Analysis Journal* 2 (1)
- Bajari, M. 2006. Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Kinerja Tenaga Penjual Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran. *Tesis*. Program Pasca Sarjana Magister Manajemen Universitas Diponegoro
- Baldauf, A & David, W. C. 2002. The Effect of Moderators on The Salesperson Behavior Performance and salesperson Outcome Performance and Sales Organization Effectiveness Relationship. *European Journal of Marketing*. 36 (11).
- Baldauf, A., Guenzi, P & Onyemah, V. 2001. Antecedents and consequences of Sales Force Control Systems: a relational perspective. *European Journal of Marketing*.
- Boorum, M. L., Jerry, R. G & Rosemary, P. R. 1998. Relational Communication Traits and Their Effect on Adaptiveness and Sales Performance. *Journal of The Academy Of Marketing Science*. 26.
- Elqorni, A. K. 2008. <https://elqorni.wordpress.com/author/elqorni/> diakses pada tanggal 12 November, 2014 pukul 13.45 WIB
- Faisal, A. I & Augusty, T. F. 2012. Analisis Pengaruh Hard Skill, Soft Skill dan Motivasi Terhadap Kinerja Tenaga Penjualan. *Diponegoro Journal of Management*. 1 (1): 1-13.
- Ferdinand, A. 2011. *Metodologi Penelitian Manajemen*. Semarang: UNDIP.
- , 2004. "Strategic Selling in Management", Research Paper Series Seri Penelitian Manajemen No. 03/Mark/2004
- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: UNDIP
- Girald, S. L., O'Keefe, J. M. F & A. Price, M. A. 2014. *Sales and Marketing*. Solo: Tiga Serangkai.
- Ingram, T. N & Bellenger, D. N. 1983. Personal and organizational variables: Their relative effect on reward valences of industrial salespeople. *Journal of Marketing Research*. 20 (2): 198.
- Katz, R. L. Skill of an Effective Administrator. 102
- Kotler, P & Gary, A. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Salemba empat.
- Mayer, R.C., Davis, J. H & Shoorman, F. D. 1995. An Integrative Model of Organizational Trust. *Academy of Management Review*. 20 (3): 709-734
- Murwartiningsih & Apriliani, E. P. 2013. Pengaruh Risiko dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Konsumen.. *Jurnal Dinamika Manajemen*. 4 (2): 184-191
- Rentz, J. O., Shepherd, C. D., Tashchian, A., Dabholkar, P. A & Ladd, R. T. 2002. A measure of selling skill: Scale development and validation. *Journal of Personal Selling & Sales Management*. 22 (1).
- Setiobudi, B. D. 2007. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Selling Skill Terhadap Kinerja Tenaga Penjualan. *Tesis*. Program Pasca Sarjana Magister Manajemen Universitas Diponegoro.
- Shindhuasha. 2014. <https://www.scribd.com/doc/143148138/Salesmanship-sales-skill> diakses pada 30 Desember, 2014 pada pukul 19.53 WIB
- Smith, J. B & Donald, W. B. 1999. Selling Partner Relationships: The Role of Interdependence and Relative Influence. *Journal of Personal Selling and Sales Management*. 19 (4): 21-40.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Sujan, H., Barton A. W & Nirmalaya, K. 1994. Learning Orientation, Working Smart and Effective Selling. *Journal of Marketing*. 58: 39-52.
- Sukestityono & Wardoyo. 2009. *Statistika*. Semarang: UNNES Press
- Susilo, E. 2005. Analisis Pengaruh Tenaga Penjual, Produk, Harga Dan Dukungan Pemasaran Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Tesis*. Program Pasca Sarjana Magister Manajemen Universitas Diponegoro.
- Sutono. 2004. Pengaruh Perilaku Etis dan Orientasi Pelanggan Terhadap Kinerja Tenaga Penjual. *Tesis*. Program Pasca Sarjana Magister Manajemen Universitas Diponegoro.
- Wilson, D. T. 2000. Deep Relationship: The Case of Vanishing Sales Person. *Journal of Personal Selling and Sales Management*. 20.
- [www.win\\_oriflame.asp.htm](http://www.win_oriflame.asp.htm) diakses pada 20 November, 2014 pukul 14.25 WIB
- [www.oriflameworld.com](http://www.oriflameworld.com) diakses pada 20 November, 2014 pukul 14.25 WIB
- Yosy, A. W. 2010. Analisis Pengaruh Penjualan Adaptif Terhadap Peningkatan Kinerja Tenaga Penjualan. *Skripsi*. Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.