

TESIS

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR KINERJA *SELLING-IN*
YANG MEMPENGARUHI KINERJA PENJUALAN
PRODUK NESTLE INDOFOOD CITA RASA INDONESIA
DI PT INDOMARCO ADI PRIMA CABANG YOGYAKARTA**



YEFTA DENNY NATANAEL LUWIS

No. Mhs. : 145002192

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

PROGRAM PASCA SARJANA

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2015



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
PROGRAM PASCA SARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

PENGESAHAN TESIS

Nama : YEFTA DENNY NATANAEL LUWIS
Nomor Mahasiswa : 145002192
Konsentrasi : Pemasaran
Judul Tesis : Analisis Faktor-Faktor Kinerja *Selling-In* yang Mempengaruhi Kinerja Penjualan Produk Nestle Indofood Cita Rasa Indonesia di PT Indomarco Adi Prima Cabang Yogyakarta.


Nama Pembimbing

Tanggal

Tanda Tangan

W. Mahestu N. Krisjanti., M.Sc.IB, Ph.D

28/10/2015
.....


.....



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
PROGRAM PASCA SARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

PENGESAHAN TESIS

Nama : YEFTA DENNY NATANAEL LUWIS
Nomor Mahasiswa : 145002192
Konsentrasi : Pemasaran
Judul Tesis : Analisis Faktor-Faktor Kinerja *Selling-In* yang Mempengaruhi Kinerja Penjualan Produk Nestle Indofood Cita Rasa Indonesia di PT Indomarco Adi Prima Cabang Yogyakarta.

Nama Penguji	Tanggal	Tanda Tangan
(Ketua) Mahestu N. Krisjanti, M.Sc.IB., Ph.D.	28/10/2015	
(Anggota) Prof. Dr. M.F. Shellyana Junaedi, M.Si.	29/10/2015	
(Anggota) M. Parnawa Putranta, MBA., Ph.D.	29/10/2015	



Ketua Program Studi

W. Mahestu N. Krisjanti., M.Sc.IB, Ph.D

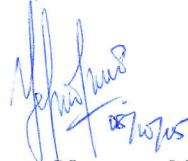
HALAMAN PERNYATAAN

Saya, Yefta Denny Natanael Luwis, yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa tesis yang berjudul “ANALISIS FAKTOR-FAKTOR KINERJA *SELLING-IN* YANG MEMPENGARUHI KINERJA PENJUALAN PRODUK NESTLE INDOFOOD CITA RASA INDONESIA DI PT INDOMARCO ADI PRIMA CABANG YOGYAKARTA”, adalah hasil karya saya sendiri yang belum pernah disampaikan untuk mendapatkan gelar pada program Magister Manajemen ini ataupun pada program lainnya.

Saya bersedia menerima sanksi akademik atau sanksi lain yang berlaku sesuai peraturan, bila di kemudian hari terbukti bahwa tesis ini merupakan hasil duplikasi atau plagiasi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 15 Oktober 2015



Yefta Denny Natanael Luwis

INTISARI

Penelitian ini menganalisis pengaruh *selling-in* sebagai langkah strategik dalam membangun kinerja penjualan. Perumusan masalah penelitian bermula dari identifikasi masalah di PT. Indomarco Adi Prima Cabang Yogyakarta yang menunjukkan adanya kecenderungan kinerja penjualan prinsipal Nestle Indofood Cita Rasa Indonesia yang menurun pertumbuhannya di 2015. Oleh karenanya permasalahan penelitian ini adalah Bagaimana membangun kinerja *selling-in*, sehingga kinerja penjualan dapat tercapai sesuai harapan ? Sebuah model telah dikembangkan dan terdapat lima hipotesis yang dirumuskan untuk menjawab masalah penelitian ini.

Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Responden dari penelitian ini berjumlah 207 responden, dimana responden adalah 207 sampel para pemilik atau penanggungjawab outlet yang menjual produk-produk dari PT Nestle Indofood Cita Rasa Indonesia. Alat analisis data yang digunakan adalah *Structural Equation Modelling* (SEM) pada program AMOS.

Hasil analisis data penelitian ini menunjukkan model dan hasil penelitian tidak dapat diterima secara keseluruhan. Hasil penelitian ini membuktikan kemampuan tenaga penjualan dan dukungan prinsipal memiliki pengaruh positif secara signifikan terhadap kinerja *selling-in*. Sebaliknya, untuk strategi pelayanan outlet memiliki pengaruh positif tidak signifikan terhadap kinerja *selling-in*. Hubungan dengan outlet juga memiliki pengaruh positif tidak signifikan terhadap kinerja *selling-in*. Dan kinerja *selling-in* berpengaruh positif secara signifikan terhadap kinerja penjualan. Implikasi manajerial dan agenda penelitian juga dibahas pada penelitian ini.

Kata Kunci : Hubungan Dengan Outlet, Strategi Pelayanan Outlet, Kemampuan Tenaga Penjual, Dukungan Prinsipal, dan *Selling-In* serta Kinerja Penjualan

ABSTRACT

This research analyzes factors influencing the selling-in and its strategic in order to build that sales performance. The research problems come from the identification of problems in PT. Indomarco Adi Prima Yogyakarta branch that shows the principal trends in sales performance Nestle Indofood Cita Rasa Indonesia declining growth in 2015. Therefore, this research problem is how to build performance selling-in, so that sales performance can be achieved according to expectations ? A model has been developed and there are five hypotheses were formulated to answer the problem of this research.

The sampling technique using purposive sampling method. Respondents of this research are about 207 respondents, 207 samples where the respondent is the owner or person in charge of the outlets selling the products of PT Nestle Indofood Taste Indonesia. Tool of data analysis's used is Structural Equation Modeling (SEM) using computer program of AMOS.

Results of this research data analysis shows the model and the results of the study can not be accepted as a whole. Results of this study demonstrate the ability of the sales force and support principals have a significantly positive effect on the performance of selling-in. On the contrary, for the service strategy outlet had no significant positive effect on the performance of selling-in. Relations with the outlet also had no significant positive effect on the performance of selling-in. Selling performance in a significantly positive effect on sales performance. Managerial implications and a research agenda also covered in this study for improvement future research.

Key Words : Relationship with Outlet, Service Strategy, Ability of The Sales Force, Principal Support, Selling-In Performance and Sales Performance

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yesus Kristus atas berkat, rahmat dan karuniaNya yang berlimpah, sehingga tesis yang berjudul : “**Analisis Faktor-faktor Kinerja *Selling-in* yang Mempengaruhi Kinerja Penjualan Produk Nestle Indofood Cita Rasa Indonesia di PT Indomarco Adi Prima Cabang Yogyakarta**”, dapat penulis selesaikan dengan baik. Penulisan tesis ini sebagai salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Pasca Sarjana Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Berkenaan dengan penulisan laporan tesis ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya atas bantuan dan dukungan dari banyak pihak yang telah membantu proses penyelesaian tesis ini, kepada :

1. Ibu W. Mahestu N. Krisjanti., M.Sc.IB, Ph.D., selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen dan pembimbing tesis saya, yang telah memberikan waktu, tenaga dan pikiran serta bimbingan dan motivasi yang istimewa, sehingga penulisan tesis berjalan baik dan lancar.
2. Bapak M. Parnawa Putranta, MBA., Ph.D., selaku Direktur Program Pasca Sarjana Universitas Atma Jaya Yogyakarta dan juga selaku dosen penguji pada sidang tesis. Terima kasih atas dukungan yang diberikan selalu kepada para mahasiswa.
3. Ibu Prof. Dr, Shellyana Junaedi, M.Si., selaku dosen penguji pada sidang proposal dan tesis, yang telah memberikan saran dan inputannya yang positif.

4. Bapak Budi Suprpto, MBA., Ph.D., selaku dosen penguji pada sidang proposal, yang telah memberikan saran dan inputannya yang positif.
5. Seluruh tim manajemen dan supervisor PT Indomarco Adi Prima cabang Yogyakarta yang telah mendukung proses survei dan pengumpulan data.
6. Para Dosen Magister Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta, yang telah memberikan ilmu kepada penulis selama proses perkuliahan.
7. Istriku tercinta, Violeny Imelda Dief yang terus mendukung doa dan memberikan spirit selama proses perkuliahan penulis berjalan.
8. Keluargaku terkasih, papah, mamah, kakak dan adik yang terus memberikan dukungan doa.
9. Pegawai admisi dan perpustakaan yang selalu siap membantu penulis dalam proses penulisan tesis ini.
10. Teman-teman S2 angkatan MM September 2014 yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu. Terima kasih atas kerja samanya yang baik selama proses perkuliahan berlangsung.

Penulis berharap tesis ini dapat dikembangkan lagi sebagai dasar oleh peneliti-peneliti berikutnya dalam bidang penelitian Manajemen Pemasaran. Penulis menyadari bahwa penyusunan maupun penyajian tesis ini kurang sempurna. Oleh sebab itu, penulis mohon maaf atas semua kekurangan dalam tesis ini dan menerima dengan senang hati segala bentuk kritik maupun saran yang membangun.

Yogyakarta, 15 Oktober 2015

Yefta Denny Natanael Luwis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
INTISARI	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	10
1.3.1 Tujuan Penelitian	10
1.3.2 Manfaat Penelitian	11
BAB II TELAAH PUSTAKADAN PENGEMBANGAN MODEL	12
2.1 Konsep Dasar	12

2.1.1. Hubungan Distributor dengan Outlet	14
2.1.2. Strategi Pelayanan Outlet	16
2.1.3. Kemampuan Tenaga Penjual	17
2.1.4. Dukungan Prinsipal	19
2.1.5. Kinerja <i>Selling-In</i>	21
2.1.6. Kinerja Penjualan	23
2.2. Penelitian Terdahulu	26
2.3. Hipotesis.....	27
BAB III METODE PENELITIAN.....	29
3.1. Jenis dan Sumber Data	29
3.2. Populasi dan Sampel.....	29
3.3. Metode Pemilihan Sampel	30
3.4. Definisi Indikator Operasional	31
3.5. Metode Pengumpulan Data.....	33
3.6. Teknik Analisis.....	33
BAB IV ANALISIS DATA	43
4.1. Analisis Deskriptif Responden	43
4.2. Deskriptif Variabel	46
4.3. Proses Analisis Data dan Pengujian Model Penelitian.....	51
4.3.1. Langkah 1 : Pengembangan Model Berdasarkan Teori .	51
4.3.2. Langkah 2 : Menyusun Diagram Alur (<i>Path Diagram</i>) .	52
4.3.3. Langkah 3 : Konversi Diagram Alur ke dalam Persamaan	52

4.3.4. Langkah 4 : Memilih Matriks Input dan	
Teknik Estimasi	52
4.3.4.1. Analisis Faktor Konfirmatori	
Konstruk Eksogen	54
4.3.4.2. Analisis Faktor Konfirmatori	
Konstruk Endogen	57
4.3.4.3. Analisis Structural Equation Model	60
4.3.5. Langkah 5 : Menilai Problem Identifikasi	63
4.3.6. Langkah 6 : Evaluasi Kriteria Goodness of Fit	63
4.3.6.1. Evaluasi <i>Univariate Outlier</i>	64
4.3.6.2. Evaluasi <i>Multivariate Outlier</i>	65
4.3.6.3. Uji Normalitas Data	66
4.3.6.4. Evaluasi atas Multikolinearitas dan	
Singularitas	67
4.3.6.5. Uji Kesesuaian dan Uji Statistik	68
4.3.7. Langkah 7 : Interpretasi dan Modifikasi Model	68
4.4. Uji <i>Reliability</i> dan <i>Variance Extract</i>	70
4.4.1. Uji <i>Reliability</i>	70
4.4.2. <i>Variance Extract</i>	70
4.5. Pengujian Hipotesis Penelitian.....	72
4.5.1. Uji Hipotesis 1	73
4.5.2. Uji Hipotesis 2	73
4.5.3. Uji Hipotesis 3	74

4.5.4. Uji Hipotesis 4	74
4.5.5. Uji Hipotesis 5	75
4.6. Pembahasan Hipotesis Penelitian	76
4.6.1. Pembahasan Hipotesis 1	76
4.6.2. Pembahasan Hipotesis 2	77
4.6.3. Pembahasan Hipotesis 3	78
4.6.4. Pembahasan Hipotesis 4	79
4.6.5. Pembahasan Hipotesis 5	80
BAB V KESIMPULAN DAN IMPLIKASI MANAJERIAL	81
5.1 Ringkasan Penelitian	81
5.2. Kesimpulan.....	83
5.3. Implikasi.....	86
5.3.1. Implikasi Teoritis	86
5.3.2. Implikasi Manajerial	90
5.4. Keterbatasan Penelitian.....	92
5.5. Agenda Penelitian Mendatang.....	93
DAFTAR PUSTAKA	94
LAMPIRAN	98

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Data Kategori Produk dan Merek	
PT Nestle Indofood Cita Rasa Indonesia	2
Tabel 1.2. Data Penjualan Tahun 2011-2015 Prinsipal	
PT Nestle Indofood Cita Rasa Indonesia	3
Tabel 1.3. Data Outlet Beli Periode Januari-Mei 2011-2015	
Prinsipal PT Nestle Indofood Cita Rasa Indonesia.....	4
Tabel 3.1. Definisi Indikator Operasional	31
Tabel 3.2. Tabel Tanggapan Responden dalam Skala Likert	33
Tabel 3.3. Konstruk dan Dimensi Konstruk	35
Tabel 3.4. Konversi Gambar Alur ke dalam Persamaan	37
Tabel 3.5. Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Index</i>	42
Tabel 4.1. Analisis Deskriptif Responden	43
Tabel 4.2. Indeks Variabel – Variabel Penelitian	47
Tabel 4.3. Kesimpulan Data Deskriptif	49
Tabel 4.4. <i>Sample Covarians - Estimates</i>	53
Tabel 4.5. Hasil Uji Model Faktor Konfirmatori Konstruk Eksogen	55
Tabel 4.6. Hasil <i>regression Weights</i> Faktor	
Konfirmatori Konstruk Eksogen	56
Tabel 4.7. Hasil Uji Model Faktor Konfirmatori Konstruk Endogen	58

Tabel 4.8. Hasil <i>regression Weights</i> Faktor	
Konfirmatori Konstruk Endogen	59
Tabel 4.9. Hasil Uji <i>Full Model</i>	61
Tabel 4.10. Hasil <i>regression Weights</i> Indikator di Analisis	
<i>Structural Equation Modeling</i>	62
Tabel 4.11. Statistik Deskriptif	64
Tabel 4.12 Evaluasi <i>Multivariate Outlier</i>	66
Tabel 4.13 Normalitas Data.....	67
Tabel 4.14 <i>Standardized Residual Covariance</i>	69
Tabel 4.15 Uji <i>Realibility</i> dan <i>Variance Extract</i>	71
Tabel 4.16 Hasil <i>Regression Weights</i> Analisis <i>Structural Equation Modeling</i>	72
Tabel 4.17 Kesimpulan Hipotesis	75
Tabel 5.1. Hasil Uji <i>Full Model</i>	82
Tabel 5.2. Implikasi Teoritis	87
Tabel 5.3. Implikasi Manajerial	90

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran Teoritis	13
Gambar 2.2. Model Variabel <i>Selling-In</i>	15
Gambar 2.3. Model Variabel Hubungan dengan Outlet	17
Gambar 2.4. Model Variabel Strategi Pelayanan Outlet	19
Gambar 2.5. Model Variabel Kemampuan Tenaga Penjual	21
Gambar 2.6. Model Variabel Dukungan Prinsipal	23
Gambar 2.7. Model Variabel Kinerja Penjualan	25
Gambar 3.1. Diagram Alur Model Penelitian	36
Gambar 4.1. Grafik Lingkaran Deskriptif Responden	45
Gambar 4.2. Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Eksogen	54
Gambar 4.3. Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Endogen	57
Gambar 4.4. Hasil Uji <i>Structural Equation Model</i>	60
Gambar 5.1. Peningkatan Kinerja Penjualan – Proses 1	84
Gambar 5.2. Peningkatan Kinerja Penjualan – Proses 2	85

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Surat Pengantar Penelitian	98
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian	99
Lampiran 3 Data Hasil Kuesioner	106

