

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan mengembangkan penjualan adaptif sebagai rute strategi yang berpengaruh pada kinerja tenaga penjual. Penjualan adaptif berkembang menjadi sebuah wacana penting ketika studi Baldauf dan Cravens (2002); Boorum et.al., (1998); Keillor et.al., (2000); Boles et.al.,(2001) masih belum dapat menjelaskan kunci sukses penjualan adaptif, terlebih lagi mana kala model strategik yang disusun Ellis dan Raymond (1993); Setiawan (2003); Park dan Holloway (2003) serta Shoemaker dan Johlke (2002) belum dapat menjabarkan peran penting hubungan karakteristik tenaga penjual, orientasi belajar, penjualan adaptif dan kinerja tenaga penjual dalam satu kerangka penelitian. Oleh karena itu perumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana pengaruh penjualan adaptif sebagai rute strategi menuju peningkatan kinerja tenaga penjual. Pada telaah pustaka dan kerangka pemodelan telah disusun justifikasi atas 3 rumusan hipotesis penelitian yang diajukan pada penelitian ini.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan Jenis Non-Probability Sampling yaitu purposive sampling dan quota sampling. Sampel dari penelitian ini berjumlah 140 responden, dimana respondennya adalah para tenaga penjual Industri Rotan Di Cirebon. Alat analisa data yang digunakan adalah *Structural Equation Modelling* (SEM) pada program AMOS 4.01.

Berdasarkan hasil pengamatan pada analisis full model dapat ditunjukkan dengan nilai perhitungan uji *Chi-Square* 93,013, Probability 0,057 ($\geq 0,05$), RMSEA 0,044 ($\leq 0,08$), CMIN/DF 1,274 ($\leq 2,00$), GFI 0,911 ($\geq 0,90$), AGFI 0,872 ($\geq 0,90$), TLI 0,976 ($\geq 0,95$), CFI 0,980 ($\geq 0,95$), hasil tersebut menunjukkan bahwa model keseluruhan memenuhi kriteria model fit.

Selanjutnya hasil penelitian ini membuktikan bahwa pengaruh karakteristik tenaga penjual terhadap penjualan adaptif adalah positif dan signifikan. Pengaruh orientasi belajar terhadap penjualan adaptif adalah positif dan signifikan. Pengaruh penjualan adaptif terhadap kinerja tenaga penjual adalah positif dan signifikan. Implikasi manajerial dan agenda penelitian juga dibahas pada penelitian ini.

Kata Kunci : Karakteristik Tenaga Penjual, Orientasi Belajar, Penjualan Adaptif dan Kinerja Tenaga Penjual