

DAFTAR ISI

	Hal
Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan	ii
Kata Pengantar.....	v
Abstrak.....	vii
Abstract.....	viii
Intisari.....	ix
Summary.....	xvii
Daftar Isi.....	xxv
Daftar Tabel.....	xxxv
Daftar Gambar.....	xlii
BAB .I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Pengantar.....	1
1.2. Latar Belakang.....	2
1.3. <i>Research Gap</i>	7
1.3.1. OCB dan Kinerja Tenaga Penjual.....	7
1.3.2. Dukungan Organisasional yang dirasakan (DOD) dan OCB Tenaga Penjual.....	7
1.4. Fenomena Bisnis di Indonesia.....	9
1.5. Perumusan Masalah.....	14
1.6. Tujuan Penelitian.....	16
1.6.1. Tujuan Umum.....	16

1.6.2. Tujuan Khusus.....	16
1.7. Manfaat Penelitian.....	18
1.7.1. Manfaat Teoritis.....	18
1.7.2. Manfaat Praktis.....	18
1.8. Orisinalitas Penelitian.....	18
1.8.1. Pengembangan Konsep Baru.....	18
1.8.2. Pengembangan Model Teoretikal dan Model Empiris.....	20
1.9. Definisi-definisi Utama.....	21
1.10. Pembatasan Ruang Lingkup.....	22
BAB II. TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL	25
2.1. Pengantar.....	25
2.2. Pengembangan Proposisi	26
2.2.1. Organizational Citizenship Behavior (OCB).....	26
2.2.2. Teori Pertukaran Sosial (<i>Social Exchange Theory</i>)..	34
2.2.3. Perilaku Organisasi Prososial (Perilaku Prososial)...	42
2.2.4. <i>Organizational Citizenship Behavior Prosocial</i> (OCBP).....	46
2.3. Pengembangan Model Teoretikal Dasar.....	61
2.3.1. Orientasi Pasar.....	61
2.3.2. Dukungan Organisasi	63
2.3.3. Kompetensi.....	63
2.3.4. Perilaku dalam Peran Penjualan.....	66

2.3.5. Kinerja.....	68
2.4. Pengembangan Model Penelitian Empiris dan Hipotesis.....	72
2.4.1. Pengaruh Dukungan Organisasional yang Dirasakan (DOD) terhadap OCBP.....	74
2.4.2. Pengaruh Kompetensi Sosial terhadap OCBP.....	79
2.4.3. Pengaruh Kompetensi Sosial terhadap Orientasi Pelanggan.....	81
2.4.4. Pengaruh Orientasi Pelanggan terhadap OCBP.....	82
2.4.5. Pengaruh OCBP terhadap Proses Penjualan Adaptif.....	85
2.4.6. Pengaruh OCBP terhadap pengembangan Super Tim.....	87
2.4.7. Pengaruh OCBP terhadap Kualitas Kerja Tim.....	89
2.4.8. Pengaruh Orientasi Perlanggan terhadap Pengembangan Super Tim.....	91
2.4.9. Pengaruh Orientasi Pelanggan terhadap Kualitas Rencana Penjualan.....	93
2.4.10. Pengaruh Pengembangan Super Tim terhadap Kualitas Kerja Tim.....	96
2.4.11. Pengaruh Proses Penjualan Adaptif terhadap Kinerja	97
2.4.12 Pengaruh Pengembangan Super Tim Terhadap Kinerja.....	101

2.4.13. Pengaruh Kualitas Kerja Tim Terhadap Kinerja.....	103
2.4.14. Pengaruh Kualitas Rencana Penjualan terhadap Kinerja Tenaga Penjual.....	105
2.4.15. Pengaruh OCB terhadap Kinerja Tenaga Penjual.....	108
BAB III METODE PENELITIAN.....	113
3.1. Pengantar.....	113
3.2. Jenis dan Sumber Data.....	113
3.3. Populasi dan Sampel.....	114
3.3.1. Populasi.....	114
3.3.2. Sampel.....	115
3.4. Metode Pengumpulan Data.....	116
3.5. Teknik Analisis Data.....	117
3.5.1. Teknik Pengolahan Data.....	117
3.5.2. Analisis Data.....	118
3.6. Variabel Penelitian dan Pengukurannya.....	128
3.6.1. Dukungan Organisasional yang dirasakan (DOD).....	128
3.6.2. Kompetensi Sosial.....	129
3.6.3. Orientasi Pelanggan.....	130
3.6.4. Organizational Citizenship Behavior Prosocial (OCBP).....	131
3.6.5. Proses Penjualan Adaptif.....	133
3.6.6. Pengembangan Super Tim.....	133

	3.6.7. Kualitas Kerja Tim.....	134
	3.6.8. Kualitas Rencana Penjualan.....	135
	3.6.9. Kinerja Tenaga Penjual.....	136
BAB IV	ANALISIS DATA DAN PENGUJIAN HIPOTESIS.....	140
	4.1. Pengantar.....	140
	4.2. Identitas Responden.....	141
	4.2.1. Jenis Kelamin.....	141
	4.2.2. Umur Responden.....	142
	4.2.3. Pendidikan.....	143
	4.2.4. Masa Kerja.....	144
	4.3. Deskripsi Tingkat Pengembalian Kuesioner.....	145
	4.4. Deskripsi Jawaban Responden.....	147
	4.4.1. Deskriptif Jawaban Responden Variabel Dukungan Organisasional yang Dirasakan.....	148
	4.4.2. Deskriptif Jawaban Responden Variabel Kompetensi Sosial.....	156
	4.4.3. Deskriptif Variabel OCBP.....	161
	4.4.4. Deskriptif Jawaban Responden Variabel Orientasi Pelanggan.....	172
	4.4.5. Deskriptif Jawaban Responden Variabel Proses Penjualan Adaptif.....	176
	4.4.6. Deskriptif Jawaban Responden Variabel Pengembangan Super Tim.....	179

4.4.7.Deskriptif Jawaban Responden Variabel Kualitas Kerja Tim.....	185
4.4.8.Deskriptif Jawaban Responden Variabel Kualitas Rencana Penjualan.....	189
4.4.9.Deskriptif Jawaban Responden Variabel Kinerja Tenaga Penjual.....	193
4.5. Proses dan Hasil Analisis Data.....	199
4.5.1. Uji Asumsi.....	199
4.5.1.1. Evaluasi Normalitas Data.....	199
4.5.1.2. Evaluasi Outliers Data.....	201
4.5.2. Uji Validitas Data.....	206
4.5.3. Uji Reliabilitas.....	208
4.5.4. Analisis Konfirmatori.....	209
4.5.5. Penilaian Model(<i>Model Assessment</i>).....	220
4.5.6. Pengembangan Diagram Alur.....	220
4.5.7. Interpretasi Hasil Analisis.....	222
4.6. Pengujian Hipotesis.....	224
4.6.1. Hipotesis 1 (Hubungan Dukungan Organisasional yang dirasakan dengan OCBP).....	225
4.6.2. Hipotesis 2 (Hubungan Kompetensi Sosial dengan OCBP).....	226
4.6.3. Hipotesis 3 (Hubungan Kompetensi Sosial dengan Orientasi Pelanggan).....	227

4.6.4. Hipotesis 4 (Hubungan Orientasi Pelanggan dengan OCBP).....	228
4.6.5. Hipotesis 5 (Hubungan OCBP dengan Proses Penjualan Adaptif).....	229
4.6.6. Hipotesis 6 (Hubungan OCBP dengan Pengembangan Super Tim).....	230
4.6.7. Hipotesis 7 (Hubungan OCBP dengan Kualitas Kerja Tim).....	231
4.6.8. Hipotesis 8 (Hubungan Orientasi Pelanggan Dengan Pengembangan Super Tim).....	232
4.6.9. Hipotesis 9 (Hubungan Orientasi Pelanggan dengan Kualitas Rencana Penjualan).....	233
4.6.10. Hipotesis 10 (Hubungan Pengembangan Super Tim dengan Kualitas Kerja Tim).....	233
4.6.11. Hipotesis 11 (Hubungan Proses Penjualan Adaptif dengan Kinerja Tenaga Penjual).....	234
4.6.12. Hipotesis 12 (Hubungan Pengembangan Super Tim dengan Kinerja Tenaga Penjual).....	235
4.6.13. Hipotesis 13 (Hubungan Kualitas Kerja Tim dengan Kinerja Tenaga Penjual).....	236
4.6.14. Hipotesis 14 (Hubungan Kualitas Rencana Penjualan dengan Kinerja Tenaga Penjual).....	237
4.6.15. Hipotesis 15 (Hubungan OCBP dengan Kinerja	

Tenaga Penjual).....	238
4.7. Pembahasan Hasil Penelitian.....	240
4.7.1. Pembahasan Model.....	240
4.7.2. Pembahasan Hipotesis.....	240
4.7.2.1. Hipotesis 1 (Hubungan Dukungan Organisasional yang dirasakan dengan OCBP).....	240
4.7.2.2. Hipotesis 2 (Hubungan Kompetensi Sosial dengan OCBP).....	242
4.7.2.3. Hipotesis 3 (Hubungan Kompetensi Sosial Dengan Orientasi Pelanggan).....	243
4.7.2.4. Hipotesis 4 (Hubungan Orientasi Pelanggan dengan OCBP).....	244
4.7.2.5. Hipotesis 5 (Hubungan OCBP dengan Proses Penjualan Adaptif).....	245
4.7.2.6. Hipotesis 6 (Hubungan OCBP dengan Pengembangan Super Tim).....	246
4.7.2.7. Hipotesis 7 (Hubungan OCBP dengan Kualitas Kerja Tim).....	247
4.7.2.8. Hipotesis 8 (Hubungan Orientasi Pelanggan Dengan Pengembangan Super Tim).....	248
4.7.2.9. Hipotesis 9 (Hubungan Orientasi Pelanggan dengan Kualitas Rencana Penjualan).....	249

4.7.2.10.Hipotesis 10 (Hubungan Pengembangan Super Tim dengan Kualitas Kerja Tim).....	250
4.7.2.11. Hipotesis 11 (Hubungan Proses Penjualan Adaptif dengan Kinerja Tenaga Penjual).....	251
4.7.2.12.Hipotesis 12 (Hubungan Pengembangan Super Tim dengan Kinerja Tenaga Penjual).....	252
4.7.2.13. Hipotesis 13 (Hubungan Kualitas Kerja Tim dengan Kinerja Tenaga Penjual).....	253
4.7.2.14. Hipotesis 14 (Hubungan Kualitas Rencana Penjualan dengan Kinerja Tenaga Penjual)....	254
4.7.2.15.Hipotesis 15 (Hubungan OCBP dengan Kinerja Tenaga Penjual).....	255
4.8. Analisis Pengaruh Langsung, Tidak Langsung, dan Total...	256
BAB V KESIMPULAN DAN IMPLIKASI PENELITIAN.....	267
5.1. Pengantar.....	267
5.2. Ringkasan Penelitian.....	268
5.3.Kesimpulan Tentang Hipotesis.....	270
5.4.Kesimpulan Terhadap Permasalahan Penelitian.....	272
5.5. Implikasi Teoritis.....	274
5.6. Implikasi Manajerial dan Kebijakan Politik.....	279
5.6.1. Implikasi Manajerial.....	279

5.6.2. Implikasi Kebijakan Publik.....	281
5.7. Keterbatasan Penelitian.....	282
5.8. Agenda Penelitian Mendatang.....	283
DAFTAR PUSTAKA.....	284
LAMPIRAN.....	