

## DAFTAR ISI

PENGARUH PENGALAMAN, KOMPETENSI, DAN ORIENTASI PELANGGAN TERHADAP KUALITAS INTERAKSI TENAGA PENJUAL SERTA KINERJA.....	i
SERTIFIKASI .....	ii
PENGESAHAN TESIS .....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
<b>1.1 Latar Belakang Masalah</b> .....	1
<b>1.2 Perumusan Masalah</b> .....	9
<b>1.3 Tujuan Penelitian</b> .....	10
<b>1.4 Kegunaan Penelitian</b> .....	11
BAB II .....	12
TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL.....	12
<b>2.1 Telaah Pustaka</b> .....	12
<b>2.1.1 Kinerja Penjualan</b> .....	12
<b>2.1.2 Orientasi Pelanggan</b> .....	13
<b>2.1.3 Kualitas Interaksi Tenaga Penjual</b> .....	15
<b>2.1.4 Pengalaman Tenaga Penjual</b> .....	16
<b>2.1.5 Kompetensi Tenaga Penjual</b> .....	17
<b>2.2 Model dan Hipotesis Penelitian</b> .....	18
<b>2.2.1 Pengaruh Pengalaman Tenaga Penjual terhadap Kualitas Interaksi Tenaga Penjual</b> .....	18
<b>2.2.2 Pengaruh Kompetensi Tenaga Penjual terhadap Kualitas Interaksi Tenaga Penjual</b> .....	18

2.2.3 Pengaruh Orientasi Pelanggan terhadap Kualitas Interaksi Tenaga Penjual .....	19
2.2.4 Pengaruh Kualitas Interaksi Tenaga Penjual terhadap Kinerja Penjualan .....	20
BAB III .....	22
METODOLOGI PENELITIAN .....	22
3.1 Jenis Penelitian .....	22
3.2 Sumber Data .....	22
3.3 Populasi dan Sampel .....	23
3.4 Definisi Operasional Variabel dan Indikator Penelitian .....	23
3.5 Metode Pengumpulan Data .....	25
3.6 Teknik Analisis Data .....	26
3.6.1 Analisis Data .....	26
3.6.1.1 Pengembangan Model Teoritis .....	27
3.6.1.2 Pengembangan Diagram Alur ( <i>Path Diagram</i> ) .....	28
3.6.2 Asumsi-Asumsi SEM .....	30
3.6.3. Interpretasi dan Modifikasi Model .....	31
3.7. Uji Reliabiliti dan Variance Extract .....	31
BAB IV .....	32
ANALISIS DATA DAN PENGUJIAN HIPOTESIS .....	32
4.1 Pendahuluan .....	32
4.2 Data Deskriptif .....	33
4.3 Proses Analisis Data .....	36
4.3.1 Statistik Inferensial – Pengujian SEM .....	36
4.3.2.1 Analisis Faktor Konfirmatori ( <i>Confirmatory Factor Analysis</i> ) .....	39
4.3.2.1.1 Analisis Faktor Konfirmatori 1 .....	39
4.3.2.1.2 Analisis Faktor Konfirmatori 2 .....	41
4.3.3 Evaluasi Normalitas Data .....	44
4.3.4 Evaluasi <i>Outliers</i> .....	45
4.3.4.1 <i>Univariate Outliers</i> .....	46
4.3.4.2 <i>Multivariate Outliers</i> .....	47
4.3.5 Evaluasi atas <i>Multicollinearity</i> dan <i>Singularity</i> .....	49
4.3.6 <i>Structural Equation Modeling (SEM)</i> .....	49

<b>4.3.6 Pengujian terhadap Nilai Residual</b> .....	53
<b>4.3.7 Uji Validitas</b> .....	53
<b>4.3.8 Uji <i>Reliability</i> dan <i>Variance Extract.</i></b> .....	54
<b>4.4 Pengujian Hipotesis</b> .....	56
<b>4.4.1 Pengujian Hipotesis 1</b> .....	57
<b>4.4.2 Pengujian Hipotesis 2</b> .....	57
<b>4.4.3 Pengujian Hipotesis 3</b> .....	57
<b>4.4.4 Pengujian Hipotesis 4</b> .....	58
<b>4.5 Kesimpulan Bab IV</b> .....	59
BAB V .....	61
KESIMPULAN DAN IMPLIKASI .....	61
<b>5.1 Pendahuluan</b> .....	61
<b>5.2 Kesimpulan Tentang Hipotesis</b> .....	65
<b>5.2.1 Pengalaman dan Kualitas Interaksi</b> .....	65
<b>5.2.2 Kompetensi dan Kualiltas Interaksi</b> .....	65
<b>5.2.3 Orientasi Pelanggan dan Kualitas Interaksi</b> .....	65
<b>5.2.4 Kualitas Interaksi dan Kinerja Penjualan</b> .....	66
<b>5.3 Kesimpulan Terhadap Permasalahan Penelitian</b> .....	66
<b>5.4 Implikasi Teoritis</b> .....	69
<b>5.5 Implikasi Manajerial</b> .....	71
<b>5.6 Keterbatasan Penelitian</b> .....	74
<b>5.7 Agenda Penelitian Mendatang</b> .....	75
DAFTAR PUSTAKA .....	77
LAMPIRAN KUESIONER .....	80
PERTANYAAN KUESIONER .....	82
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	89