PENGARUH *SERVICE CLIMATE* DAN *SALES CLIMATE* TERHADAP KINERJA *IN-ROLE BEHAVIOR*, OCBI, DAN OCBO PADA TENAGA PENJUALAN

RINGKASAN SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana

Disusun oleh:

Revi Okfiani

NIM: 2117 29588

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI

YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA

YOGYAKARTA

2021

SKRIPSI

PENGARUH *SERVICE CLIMATE* DAN *SALES CLIMATE* TERHADAP KINERJA *IN-ROLEBEHAVIOR*, OCBI, DAN OCBO PADA TENAGA PENJUALAN

Dipersiapkan dan disusun oleh:

REVI OKFIANI

No. Mhs.: 211729588

telah dipresentasikan di depan Tim Dosen pada hari Jumat, 28 Agustus 2020 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen.

SUSUNAN TIM DOSEN:

Pembimbing I,

Bambang Setia Wibowo, SE., MM.

Pembimbing II,

Dr. Wisnu Prajogo, MBA.

Ketua/Penguji,

Conny Tjandra Rahardja, Dra., MM.

Yogyakarta, 6 September 2021
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN
Ketua,

Dr. Wisnu Prajogo, MBA.

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk menguji: (1) Pengaruh *service climate* terhadap *in-role behavior*. (2) Pengaruh *service climate* terhadap OCBI. (3) Pengaruh *service climate* terhadap OCBO. (4) Pengaruh *sales climate* terhadap *in-role behavior*. (5) Pengaruh *sales climate* terhadap OCBI. (6) Pengaruh *sales climate* terhadap OCBO. Jenis data dalam penelitian ini menggunakan data primer dalam bentuk kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah tenaga penjualan (*sales*) yang bekerja ditempat tertentu tanpa membatasi jenis perusahaan. Metode yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan kriteria responden menjadi sales lebih dari 1 tahun dan diperoleh sebanyak 206 responden yang terkumpul sebagai data penelitian. Dari 236 jawaban responden yang terkumpul, terdapat 20 jawaban kuesioner yang tidak dapat digunakan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) *Service climate* berpengaruh positif terhadap *in-role behavior* karena ($\beta = 0{,}556$; $P < 0{,}01$). (2) *Service climate* berpengaruh positif terhadap OCBI karena ($\beta = 0{,}364$; $P < 0{,}01$). (3) *Service climate* tidak berpengaruh positif terhadap OCBO ($\beta = _ 0{,}244$; $P > 0{,}01$. (4) *Sales climate* berpengaruh positif terhadap in-role behavior karena ($\beta = 0{,}432$; $P < 0{,}01$). (5) *Sales climate* berpengaruh positif terhadap OCBI karena ($\beta = 0{,}608$; $P < 0{,}01$). (6) *Sales climate* berpengaruh positif terhadap OCBO karena ($\beta = 0{,}568$; $P < 0{,}01$).

Kata kunci: Service climate, sales climate, in-role behavior, OCBI dan OCBO.

ABSTRACT

The aims of this research are to describe the influence of: (1) The effect of service climate on in-role behavior. (2) The influence of service climate on OCBI. (3) The influence of service climate on OCBO. (4) The influence of sales climate on in-role behavior. (5) The influence of sales climate on OCBI. (6) The influence of sales climate on OCBO. The type of data in this study is primary data in the form of a questionnaire. The population in this study are salespeople who work in certain places without limiting the type of company. The method used is purposive sampling with the criteria of respondents being sales for more than 1 year and obtained as many as 206 respondents who were collected as research data. Of the 236 respondents' answers collected, there were 20 answers to the questionnaire that could not be used.

The results of the research show that: (1) Service climate had a positive effect on in-role behavior because ($\beta = 0.556$; $P < 0.01$). (2) Service climate has a positive effect on OCBI because ($\beta = 0.364$; $P < 0.01$). (3) Service climate has no positive effect on OCBO ($\beta = 0.244$; $P > 0.01$. (4) Sales climate has a positive effect on in-role behavior because ($\beta = 0.432$; $P < 0.01$). (5) Sales climate has a positive effect on OCBI because ($\beta = 0.608$; $P < 0.01$) (6) Sales climate has a positive effect on OCBO because ($\beta = 0.568$; $P < 0.01$).

Keywords: Service climate, sales climate, in-role behavior, OCBI and OCBO.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Saat ini perusahaan sedang mengalami era ekoomi global, tingginya tingkat persaingan antar perusahaan didukung dengan kemudahan masuk dalam dunia bisnis. Ketatnya persaingan menuntut suatu perusahaan mempunyai kualitas sumber daya manusia yang unggul. Lestari & Wartini (2015) berpendapat bahwa pengetahuan mengenai produk dibutuhkan agar konsumen yakin dan percaya bahwa konsumen memang benar-benar membutuhkan produk tersebut bukan untuk memaksa konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan oleh tenaga penjualan.

Tenaga penjualan tidak lepas dari berbagai tantangan yang akan mereka hadapi ke depannya. Agar terus maju perusahaan harus melakukan pengembangan, dalam proses perkembangannya pasti tidak lepas dari permasalahan yang akan menghambat, adanya hal tersebut menyebabkan tenaga kerja harus meningkatkan kinerjanya untuk membantu perusahaan dalam meningkatkan kinerja tenaga penjualan yang efektif dan efisien (Sumarauw & Timbuleng, 2015).

Tenaga penjualan memainkan peranan yang paling penting dalam menunjang keberhasilan perusahaan, hal ini disebabkan bahwa tenaga penjual merupakan peran utama di perusahaan dalam berhubungan langsung dengan konsumen dan dapat mempengaruhi pelanggan dalam memutuskan pembelian apakah akan membeli atau tidak. Peran tenaga penjualan harus lebih produktif,

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

berinovasi, kreatif, loyal dan bersemangat (Dipang, 2013) karena tenaga penjualan merupakan penghubung antara perusahaan dan konsumen yang paling efektif.

Tanpa adanya peran tenaga penjualan maka aktivitas perusahaan akan terhambat bahkan tidak akan optimal walaupun tersedianya modal yang cukup dan teknlogi yang canggih di dalamnya (Unud, 2016). Untuk mencapai kesuksesan dapat diwujudkan dengan cara mengelola dan mengembangkan sumber daya manusia sebaik-baiknya, karena sumber daya manusia yang berkualitas merupakan suatu potensi yang dimiliki oleh suatu perusahaan untuk mencapai tujuan, salah satunya meningkatkan kinerja tenaga penjualan (Saputra, Bagia & Yulianthini, 2016).

Penelitian ini berfokus pada pengujian *service climate, sales climate* yang mempengaruhi kinerja tenaga penjualan yaitu *in-role behavior*, OCBI dan OCBO dengan objek penelitian tenaga penjualan. Dalam penelitian ini untuk memahami konsekuensi dari tenaga penjualan digunakan dua *psychological climate* yaitu *service climate* dan *sales climate.* Sedangkan *Organizational Citizenship Behavior* (OCB) tersegmentasi menjadi dua jenis: *Organizational Citizenship Behavior Individual* (OCBI) dan *Organizational Citizenship Behavior Organizational* (OCBO).

Service climate merupakan suatu persepsi atau perasaan yang timbul ketika mereka merasa bahwa perusahaan memberikan dukungan dan mendorong adanya partisipasi karyawan dalam perilaku yang orientasinya pada layanan (Ehrhart et al., 2011). *Service climate* sangat berpengaruh terhadap kinerja tenaga penjualan karena untuk meningkatkan penjualan dan menciptakan loyalitas pelanggan jangka panjang.

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Sales climate didefinisikan sebagai persepsi karyawan terhadap kondisi yang mengharuskan mereka untuk mencapai tujuan penjualan, serta keberhasilan terkait penjualan dan kinerja penjualan langsung (Ogilvie et al., 2017). *Sales climate* akan berpengaruh langsung pada tenaga penjualan. Semakin seorang tenaga penjualan menerapkan *sales climate*, maka semakin banyak pengalaman menjual yang dimilikinya, bisa dalam bentuk berupa pengalaman gagal atau berhasil dalam melakukan penjualan (Sugiwardani, 2016).

In-role behavior merupakan suatu tindakan yang diperlukan untuk menyelesaikan suatu tugas serta tanggung jawab yang urusannya dengan target penjualan. Apabila seorang anggota tim melakukan kegagalan dalam melaksanakan tugas serta belum tercukupinya target penjualan, maka akan menjadi sebuah pelajaran untuk anggota tim yang lain dalam menjalankan tugas ke depannya (Hsu et al., 2017). Sebaliknya, apabila dalam anggota tim tersebut ada yang berhasil mencapai target penjualan dan memperoleh penghargaan dari perusahaan maka anggota tim yang lain akan berusaha untuk menjadi lebih baik.

OCBI merupakan perilaku membantu orang lain dalam hal pekerjaan secara sukarela terhadap sesama rekan kerja. OCBI secara tidak langsung berkontribusi terhadap efektivitas organisasi dan menguntungkan individu yang diberi bantuan (Williams & Anderson, 1991). OCBI dipandang sebagai istilah altriusme. Perilaku OCBI ini sangat berpengaruh positif terhadap kinerja tenaga penjualan karena setiap tenaga penjualan akan merasa saling didukung oleh sesama rekan kerjanya dan mereka akan membantu secara sukarela apabila dalam kesulitan. OCBI berkontribusi dalam meningkatkan efisiensi dan efektifitas suatu organisasi.

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

OCBO merupakan perilaku yang menguntungkan bagi perusahaan secara umum tetapi karyawan tidak menunjukkan secara khusus kepada perusahaan. Podsakoff dkk, (2000) memberi tanda bahwa OCBO merupakan suatu tindakan kepatuhan. Dengan adanya perilaku ini dapat menciptakan suasana tempat kerja yang berfokus pada kepatuhan, teliti dan disiplin kemungkinan kinerja tenaga penjualan akan semakin efisien (Turnipseed & Turnipseed, 2013).

Service climate akan mempengaruhi perilaku *in-role behavior* karena apabila kinerja tenaga penjualan telah menerapkan sikap yang berorientasi terhadap layanan maka dengan mudah mereka akan mendapatkan konsumen. *Service climate* mempengaruhi OCBI karena apabila seorang tenaga penjualan sudah melayani konsumen dengan baik tetapi tetap saja mendapat penolakan dari konsumen maka rekan kerjanya berinisiatif membantu untuk mempromosikan lebih jelas dan pelayanannya lebih ditingkatkan dengan harapan konsumen dapat membeli, sehingga rekannya tersebut dapat memperoleh konsumen. *Service climate* mempengaruhi OCBO karena jika seorang tenaga penjualan sudah melakukan peningkatan layanan terhadap kosnumen berarti mereka sudah menerapkan sikap kepatuhan terhadap perusahaan untuk menghindari hukuman dan ingin mendapatkan penghargaan.

sales climate berpengaruh terhadap *in-role behavior* karena seorang tenaga penjualan merasa mereka harus menjual berarti mereka juga sadar akan target penjualan dan mereka akan berusaha semaksimal mungkin untuk mencapai target penjualan. S*ales climate* berpengaruh terhadap OCBI, dalam menjalankan tugasnya tenaga penjualan berusaha untuk menjual produk semaksimal mungkin, tetapi tidak semua tenaga kerja akan mencapai penjualan yang diinginkan mereka

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

karena terdapat penolakan dari konsumen. Namun, rekan kerjanya tersebut iba dan membantu untuk mengatasi hal tersebut dengan cara mengajarkan bagaimana bisa mencapai target penjualan dengan baik bahkan rekan kerjanya tersebut akan membantu mempromosikan dengan tujuan bisa membantu antar tenaga penjualan untuk mencapai target penjualan. Selain itu, *sales climate* berpengaruh terhadap OCBO karena tenaga penjualan akan ditawarkan oleh perusahaan berupa penghargaan apabila mereka mencapai target penjualan, maka mereka akan meningkatkan kinerjanya dan sadar mereka harus menjual.

Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang tersebut, rumusan masalah pada penelitian ini, yaitu:

1. Apakah *service climate* berpengaruh positif terhadap *in-role behavior*?
2. Apakah *service climate* berpengaruh positif terhadap OCBI?
3. Apakah *service climate* berpengaruh positif terhadap OCBO?
4. Apakah *sales climate* berpengaruh positif terhadap *in-role behavior*?
5. Apakah *sales climate* berpengaruh positif terhadap OCBI?
6. Apakah *sales climate* berpengaruh positif terhadap OCBO?

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

TINJAUAN TEORI

Service Climate

Service Climate merupakan upaya dan kompetensi tenaga penjualan dalam melakukan sebuah pelayanan yang menitikberatkan pada kualitas layanan, hal ini sangat penting bagi perusahaan untuk menghasilkan persepsi pelanggan yang positif terhadap pengalaman membeli dengan kualitas layanan yang memuaskan dan terciptanya loyalitas pelanggan (Bowen & Schneider, 2014).

Sales Climate

Sales climate merupakan perasaan atau motivasi yang ada di dalam diri seorang tenaga penjualan yang menekankan terhadap pencapaian tujuan serta keberhasilan penjualan melalui kinerja penjualan langsung (Ogilvie et al., 2017). *Sales climate* berfokus terhadap perilaku yang berhubungan dengan penjualan, berbeda dari *service climate* yang berfokus terhadap layanan (Ogilvie et al., 2017).

In-Role Behavior

In-role behavior adalah suatu peran yang terdiri dari tindakan-tindakan yang diharapkan untuk menyelesaikan tugas serta tanggung jawab, selain itu *in-role behavior* yang tepat merupakan cerminan kinerja tenaga penjualan yang sesuai dalam melakukan tugas dan telah memenuhi standar yang telah ditetapkan oleh perusahaan (Williams & Anderson, 1991).

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

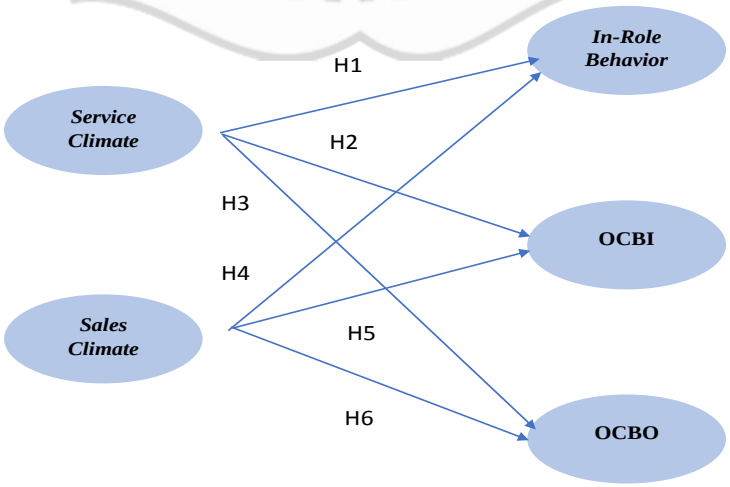
OCBI (*Organizational Citizenship Behavior Individual*)

Organizational Citizenship Behavior Individual (OCBI) atau perilaku kewarganegaraan yang ditunjukkan kepada individu merupakan perilaku yang sering diberi istilah altruisme atau perilaku membantu orang lain dengan tujuan teman yang diberi bantuan tersebut dapat teringankan tugasnya. OCBI adalah perilaku yang secara langsung memberikan manfaat terhadap individu lain dan OCBI secara tidak langsung dapat berkontribusi terhadap kinerja tenaga penjualan di setiap organisasi (Williams & Anderson, 1991).

OCBO (*Organizational Citizenship Behavior Organizational*)

OCBO atau *Organizational Citizenship Behavior Organizational* adalah perilaku yang secara tidak langsung dalam kontribusi dan menguntungkan organisasi secara keseluruhan (Williams & Anderson, 1991). Menurut Mohammad et al., (2011) OCBO untuk mematuhi aturan yang dirancang untuk menjaga ketertiban organisasi.

MODEL PENELITIAN



repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Pengembangan Hipotesis

Pengembangam hipotesis dalam penelitian ini adalah bagian dari rumusan masalah yang disebutkan oleh penulis. Pengembangan hipotesis dapat dilihat sebagai berikut:

H1: *Service climate* berpengaruh positif terhadap *in-role behavior.*

H2: *Service climate* berpengaruh positif terhadap OCBI.

H3: *Service climate* berpengaruh positif terhadap OCBO.

H4: *Sales climate* berpengaruh positif terhadap *in-role behavior.*

H5: *Sales climate* berpengaruh positif terhadap OCBI.

H6: *Sales climate* berpengaruh positif terhadap OCBO.

METODE PENELITIAN

Ruang Lingkup Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah metode penelitian kuantitatif.

Sampel dan Data Penelitian

Ruang lingkup penelitian terdiri dari analisis, waktu dan lokasi dilakukannya penelitian. Unit analisis dari penelitian ini yaitu tenaga penjualan (*sales*) yang bekerja ditempat tertentu tanpa membatasi jenis perusahaan. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengujian sampel *purposive sampling*, dengan kriteria responden sudah menjadi *sales* selama lebih dari 1 tahun. Lokasi penelitian dilakukan di Daerah Istimewa Yogyakarta, peneliti mempertimbangkan bahwa lokasi ini berpotensi banyaknya tenaga penjualan.

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Proses pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti dengan menggunakan kuesioner melalui *google forms.* Pengumpulan data membutuhkan waktu 18 hari dalam mencari responden, terhitung dari tanggal 10 Juni sampai dengan 28 Juni 2021. Responden yang mengisi kuesioner sesuai dengan waktu yang telah ditetapkan adalah sebanyak 206 responden.

Metode dan Teknik Analisis

Uji Validitas

Uji validitas merupakan derajat yang menunjukkan ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti dengan data yang dikumpulkan (Sugiyono, 2016). Syarat minimum sebuah item kuesioner dapat dikatakan valid yaitu apabila nilai *factor loading* ≥ 0,5. Tetapi jika nilai *factor loading* ≤ 0,5 maka item kuesioner tersebut dapat dinyatakan tidak valid.

Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2017) menyatakan bahwa uji reliabilitas merupakan sejauh mana hasil pengukurann instrumen atau kuesioner menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama juga. Maka dapat dikatakan bahwa instrumen tersebut dapat diandalkan. Pengujian menggunakan uji reliabilitas dapat menggunakan ketentuan yaitu apabila instrumen memiliki nilai *cronbach's alpha* minimal sebesar 0,6 (Algifari, 2017).

Uji Hipotesis

Dalam penelitian, pengujian hipotesis menggunakan model persamaan struktural (*structural equation modeling*), model ini merupakan alat yang digunakan dalam

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

menganalisis variabel indikator, variabel laten dan kesalahan pengukuran dengan menggunakan software *Analysis of Moment Structure* (AMOS).

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Tabel 2.1 Hasil Pengujian Validitas *Service Climate*

Kode	Pertanyaan	*Factor Loading*	Keterangan
Ser1	Pengetahuan dan keterampilan karyawan untuk memberikan layanan pelanggan yang unggul sangat baik	0,815	Valid
Ser2	Usaha untuk mengukur dan melacak kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan sangat intensif	0,846	Valid
Ser3	Pengakuan dan imbalan yang diterima karyawan karena memberikan layanan yang unggul kepada pelanggan sangat baik	0,805	Valid
Ser4	Kualitas layanan yang diberikan pada konsumen sangat baik	0,729	Valid
Ser5	Iklim layanan di tempat kerja saya sangat baik	0,665	Valid

Tabel 2.2 Hasil Pengujian Validitas *Sales Climate*

Kode	Pertanyaan	*Factor Loading*	Keterangan
Sal1	Mendapatkan penjualan adalah aspek terpenting dari pekerjaan saya	0,656	Valid
Sal2	Mencapai target penjualan jangka pendek sering dianggap lebih penting bagi saya daripada memenuhi kebutuhan pelanggan	0,724	Valid
Sal3	Saya diharapkan untuk melakukan apa pun yang diperlukan untuk mencapai penjualan	0,736	Valid
Sal4	Kemajuan saya menuju target penjualan diawasi dengan ketat	0,689	Valid
Sal5	Tidak ada pertanyaan lebih lanjut tentang kinerja saya yang diajukan selama saya mencapai target penjualan saya	0,712	Valid
Sal6	Karyawan top diperlakukan sebagai superstar	0,677	Valid
Sal7	Karyawan yang mencapai target penjualan diberi imbalan dengan baik	0,588	Valid

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Tabel 2.3 Hasil Pengujian Validitas *In-Role Behavior*

Kode	Pertanyaan	*Factor Loading*	Keterangan
IRB1	Saya menyelesaikan tugas yang diberikan dengan baik	0,754	Valid
IRB2	Saya memenuhi tanggung jawab yang ditentukan dalam deskripsi pekerjaan	0,851	Valid
IRB3	Saya melakukan tugas yang diharapkan untuk saya lakukan	0,829	Valid
IRB4	Saya memenuhi persyaratan kinerja formal dari pekerjaan saya	0,830	Valid
IRB5	Saya terlibat dalam kegiatan yang secara langsung akan mempengaruhi evaluasi kinerja saya	0,750	Valid
IRB6	Saya tidak pernah mengabaikan aspek pekerjaan yang wajib dilakukan saya	0,671	Valid
IRB7	Saya tidak pernah gagal melakukan tugas penting	0,648	Valid

Tabel 2.4 Hasil Pengujian Validitas OCBI

Kode	Pertanyaan	*Factor Loading*	Keterangan
OCBI1	Saya membantu rekan kerja yang tidak masuk kerja	0,675	Valid
OCBI2	Saya membantu rekan kerja yang memiliki beban kerja yang berat	0,793	Valid
OCBI3	Saya membantu supervisor dengan pekerjaannya (walau tidak diminta)	0,738	Valid
OCBI4	Saya meluangkan waktu untuk mendengarkan masalah dan kekhawatiran rekan kerja	0,807	Valid
OCBI5	Saya meluangkan waktu untuk membantu karyawan baru	0,794	Valid
OCBI6	Saya menyampaikan informasi kepada rekan kerja	0,761	Valid

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Tabel 2.5 Hasil Pengujian Validitas OCBO

Kode	Pertanyaan	*Factor Loading*	Keterangan
OCBO1	Saya hadir di tempat kerja melebihi ketentuan yang diwajibkan	0,729	Valid
OCBO2	Saya memberi pemberitahuan sebelumnya jika tidak bisa masuk kerja	0,265	Tidak Valid
OCBO3	Saya mengambil istirahat kerja yang terlalu panjang	0,845	Valid
OCBO4	Saya banyak waktu yang dihabiskan dengan percakapan telepon pribadi	0,875	Valid
OCBO5	Saya mengeluh tentang hal-hal yang tidak penting di tempat kerja	0,810	Valid
OCBO6	Saya menjaga dan melindungi properti organisasi	0,384	Tidak Valid
OCBO7	Saya mematuhi aturan informal yang dirancang untuk menjaga ketertiban	0,306	Tidak Valid

Hasil uji validitas seluruh variabel pada masing-masing tabel menyatakan bahwa variabel *service climate, sales climate, in-role behaviour* dan OCBI valid karena nilai *factor loading* ≥ 0,5. Sedangkan variabel OCBO terdapat indikator atau pernyataan yang tidak valid yaitu pada pernyataan dengan kode OCBO2, OCBO6 dan OCBO7 dikarenakan nilai *factor loading* ≤ 0,5.

Uji Reliabilitas

Tabel 3 Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	*Cronbach's Alpha*	Status
Ser	0,824	Reliabel
Sal	0,805	Reliabel
IRB	0,873	Reliabel
OCBI	0,846	Reliabel
OCBO	0,867	Reliabel

Hasil uji reliabilitas bahwa variabel *Service Climate, Sales Climate, In-Role Behavior,* OCBI dan OCBO dinyatakan reliabel karena seluruh variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6.

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

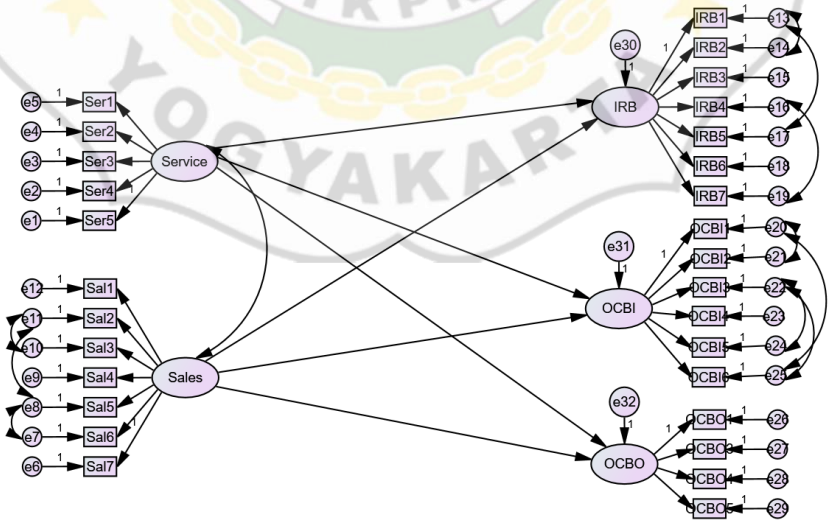
Uji Statistika Deskriptif

Tabel 4 Hasil Pengujian Statistika Deskriptif

	Mean	Std. Deviation	Ser	Sal	IRB	OCBI	OCBO
Ser	4.41	0.551	1	0.538	0.717	0.598	0.143
Sal	3.94	0.7065		1	0.658	0.692	0.389
IRB	4.27	0.577			1	0.703	0.256
OCBI	4.05	0.6678				1	0.381
OCBO	2.68	1.1676					1
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).							
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).							

Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis menggunakan model persamaan *structural equation modeling* (SEM) dengan menggunakan *software Analysis of Moment Structure* (AMOS). Berikut adalah penggambaran model penelitian berbasis AMOS:



Gambar 1.1 Model Penelitian

repository.stieykpn.ac.id

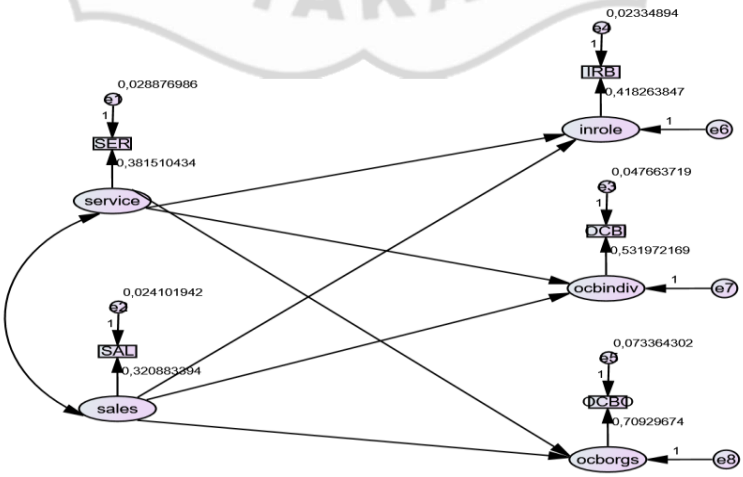
PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Untuk pengujian hipotesis, terlebih dahulu harus dilakukan uji fit model. Uji fit menunjukkan bahwa model didukung oleh data. Hasil uji fit dapat dilihat dalam tabel 5.1 di bawah ini:

Tabel 5.1 Hasil Pengujian Uji Fit

Goodness-of fit indexes	*Criteria*	Fit Model	
		Calculated Result	*Model Evaluation*
Chi Square	*Small, not significant*	649,506	Kurang baik
CMIN/DF	1-2 *over fit*, 2-5 *liberal limit*	1,804	Baik
GFI	> 0,9	0,817	Kurang Baik
AGFI	>0,8	0,779	Kurang Baik
CFI	>0,9	0,907	Baik
RMSEA	<0,1	0, 063	Baik

Hasil uji fit model dengan menggunakan model penelitian pada gambar 2.1 dapat disimpulkan bahwa hasil pengukuran menggunakan *fit model* adalah kurang baik. Oleh karena itu model diolah kembali dengan pendekatan nilai komposit. Pendekatan ini akan meminimalkan parameter diestimasi sehingga nilai fit bisa baik. Penggambaran untuk model komposit adalah sebagai berikut:



Gambar 1.2 Model Komposit

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Berikut adalah hasil uji ft model dengan nilai komposit:

Tabel 5.2 Hasil Pengujian Uji Fit untuk Model dengan Nilai Komposit

Goodness-of fit indexes	*Criteria*	Fit Model	
		Calculated Result	*Model Evaluation*
Chi Square	*Small, not significant*	11,5	Baik
CMIN/DF	1-2 *over fit*, 2-5 *liberal limit*	3,8	Baik
GFI	> 0,9	0,978	Baik
AGFI	>0,8	0,892	Baik
CFI	>0,9	0,981	Baik
RMSEA	<0,1	0,118	Kurang baik

Dari tabel di atas, mayoritas nilai fit baik, sehingga didapat kecocokan model dengan data, sehingga pengujian dari *fit model* yaitu sebuah model didukung oleh data yang ada. Untuk langkah selanjutnya adalah pengujian hipotesis dengan menggunakan pengujian model penelitian. Hipotesis akan diterima apabila *p-value* menunjukkan hasil <0,01. Berikut hasil dari pengujian hipotesis dapat dilihat dalam tabel 2.3 di bawah ini:

Tabel 2.3 Hasil Uji Hipotesis

No	Hipotesis	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
H1	*Service climate* berpengaruh positif terhadap *in-role behavior.*	,556	,072	7,690	***	Hipotesis Didukung
H2	*Service climate* berpengaruh positif terhadap OCBI	,364	,076	4,768	***	Hipotesis Didukung
H3	*Service climate* berpengaruh positif terhadap OCBO	-,244	,110	-2,225	,026	Hipotesis Tidak Didukung
H4	*Sales climate* berpengaruh positif terhadap *in-role behavior*	,432	,072	5,987	***	Hipotesis Didukung
H5	*Sales climate* berpengaruh positif terhadap OCBI	,608	,078	7,815	***	Hipotesis Didukung
H6	*Sales climate* berpengaruh positif terhadap OCBO	,568	,111	5,129	***	Hipotesis Didukung

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Pembahasan

Berdasarkan tabel 2.3 menunjukkan bahwa H1 *service climate* berpengaruh positif terhadap *in-role behavior* karena (β = 0,556; P < 0,01), maka dapat dikatakan bahwa hipotesis pertama (H1) didukung atau diterima dalam penelitian ini. H2 *service climate* berpengaruh positif terhadap OCBI karena (β = 0,364; P < 0,01), maka dapat dikatakan bahwa hipotesis kedua (H2) didukung atau diterima dalam penelitian ini. H3 *service climate* berpengaruh positif terhadap OCBO (β = ₋ 0,244; P > 0,01), maka dapat dikatakan bahwa hipotesis ketiga (H3) tidak didukung atau tidak diterima dalam penelitian ini.

H4 *sales climate* berpengaruh positif terhadap *in-role behavior* karena (β = 0,432; P < 0,01), maka dapat dikatakan bahwa hipotesis keempat (H4) didukung atau diterima dalam penelitian ini. H5 *sales climate* berpengaruh positif terhadap OCBI karena (β = 0,608; P < 0,01), maka dapat dikatakan bahwa hipotesis kelima (H5) ini didukung atau diterima dalam penelitian ini. H6 *sales climate* berpengaruh positif terhadap OCBO karena (β = 0,568; P < 0,01), maka dapat dikatakan bahwa hipotesis keenam (H6) ini didukung atau diterima dalam penelitian ini.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berikut penulis menyimpulkan penelitiannya:

1. *Service climate* berpengaruh positif terhadap *in-role behavior.*
2. *Service climate* berpengaruh positif terhadap OCBI.
3. *Service climate* tidak berpengaruh positif terhadap OCBO.
4. *Sales climate* berpengaruh positif terhadap *in-role behavior*.
5. *Sales climate* berpengaruh positif terhadap OCBI.
6. *Sales climate* berpengaruh positif terhadap OCBO.

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan ada beberapa saran yang dapat diajukan antara lain sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutya

   Dimohon untuk menambah sampel yaitu dengan menambah wilayah penelitian dengan harapan mendapatkan data akurat Selain itu, untuk menambahkan variabel lain seperti pengalaman pemasaran karena variabel ini akan membangun kepercayaan antara perusahaan dan konsumen melalui pengalaman membeli. Sehingga diharapkan dari penelitian ini bisa menjadi referensi penelitian selanjutnya.

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

DAFTAR PUSTAKA

Algifari. (2017). *Analisis Regresi, Teori, Kasus dan Solusi*. BPFE UGM, Yogyakarta.

Alma, Buchari. (2002). *Manajemen dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Penerbit CV Alfabeta.

Borucki, Chesther C. and Michael J. Burke (1999). An Examination of Service-Related Antecedents to Retail Store Performance. Journal of Organizational Behavior, 20 (6), 943-962.

Bowen, D. E., & Benjamin, Schneider. (2014). A Service Climate Synthesis and Future Research Agenda. *Journal of Service Research*, 17(1), 5–22. https://doi.org/10.1177/1094670513491633

Chun-Chen Huang. (2011). The Three Components of Organizational Commitment on In-Role Behaviors And Organizational Citizenship Behaviors. African *Journal of Business Management*, 5(28), 11335–11344. https://doi.org/10.5897/ajbm10.1623

Dash, S., & Rabindra, K. Pradhan. (2014). Determinants and Consequences of Organizational Citizenship Behavior: A Theoretical Framework for Indian Manufacturing Organisations. *International Journal of Business and Management Invention*, 3(1), 17–27. http://www.ijbmi.org/papers/Vol(3)1/Version-1/C03101017027.pdf

Dimitriades, Z. S. (2007). The Influence of Service Climate and Job Involvement on Customer-Oriented Organizational Citizenship Behavior in Greek Service Organizations: *A survey*. Employee Relations, 29(5), 469–491. https://doi.org/10.1108/01425450710776290

Dipang, L. (2013). Pengembangan Sumber Daya Manusia dalam Peningkatan Kinerja Karyawan pada PT. Hasjrat Abadi Manado. *Emba*, 1(3), 1080–1088.

Ehrhart, K. H., L. A. Witt., Benjamin, S., & Sara, J. P. (2011). Service Employees Give as They Get: Internal Service as a Moderator of the Service Climate-Service Outcomes Link. *Journal of Applied Psychology*, 96(2), 423–431. https://doi.org/10.1037/a0022071

Evans, K. R., Timothy, D. Landry., Po – Chien, Li., & Shaoming, Zou. (2007). How Sales Controls Affect Job-Related Outcomes: The Role of Organizational Sales-Related Psychological Climate Perceptions. *Journal of*

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

the Academy of Marketing Science, 35(3), 445–459. https://doi.org/10.1007/s11747-007-0033-5

Fung, C., Piyush, Sharma., Zhan, Wu., & Yong, Su. (2017). Exploring Service Climate and Employee Performance in Multicultural Service Settings. *Journal of Services Marketing*, 31(7), 784–798. https://doi.org/10.1108/JSM-08-2016-0316

Gracia, E., Eva, Cifre., & Rosa, Grau. (2010). Service Quality: The Key Role of Service Climate and Service Behavior Of Boundary Employee Units. *Group and Organization Management*, 35(3), 276–298. https://doi.org/10.1177/1059601110370783

Hsu, J. S. C., Sheng-Pao, Shih., & Yuzhu, Li. (2017). The Mediating Effects of In-Role and Extra-Role Behaviors on the Relationship Between Control and Software-Project Performance. *International Journal of Project Management*, 35(8), 1524–1536. https://doi.org/10.1016/j.ijproman.2017.08.008

Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.

LePine, J. A., & Linn, V. D. (1998). Predicting Voice Behavior In Work Groups. *Journal of Applied Psychology*, 83(6), 853–868. https://doi.org/10.1037/0021-9010.83.6.853

Lestari, P., & Sri, W. (2015). Pengaruh Technical Sales Skill Dan Non Technical Sales Skill Terhadap Kinerja Tenaga Penjualan Melalui Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Management Analysis Journal*, 4(1), 58–64. https://doi.org/10.15294/maj.v4i1.7227

Marliani, L. (2019). Motivasi Kerja Dalam Perspektif Douglas Mc Gregor. *Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Negara*, 6(2), 3.

Mohammad, J., Farzana, Q. H., & Mohmad, A. A. (2011). Job Satisfaction and Organisational Citizenship Behaviour: An Empirical Study at Higher Learning Institutions. *Asian Academy of Management Journal*, 16(2), 149–165.

Ogilvie, J., Adam, R., Daniel, G. B., Ryan, M., & Jaron, H. (2017). Do Sales and Service Compete? The Impact of Multiple Psychological Climates on Frontline Employee Performance. *Journal of Personal Selling and Sales Management*, 37(1), 11–26. https://doi.org/10.1080/08853134.2016.1276398

Organ, D. W., & Konovsky, M. (1989). Cognitive vs. Affective Determinants of Organizational Citizenship Behavior. *Journal of Applied Psychology*, 74, 157–164.

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Padmakumar, R., Swapna, B., & Gantasala, V. P. (2011). Work Environment, Service Climate, And Customer Satisfaction: Examining Theoretical and Empirical Connections. *International Journal of Business and Social Science*, 2(20), 121–132. http://search.proquest.com/docview/904530648?accountid=14723

Podsakoff, P., McKenzie, S., Paine, J. and Bachrach, D. (2000), "Organizational Citizenship Behaviors: A Critical Review of The Theoretical and Empirical Literature and Suggestions for Future Research", *Journal of Management*, Vol. 26 No. 3, pp. 513-63.

Saputra, A. T., I Wayan, B., & Ni Nyoman, Y. (2016). Pengaruh Kepuasan Kerja dan Loyalitas Karyawan Terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 4(1), 1–8.

Schneider, B., Susan, S. White., & Michelle, C. Paul. (1998). Linking Service Climate and Customer Perceptions of Service Quality: Test of A Causal Model. *Journal of Applied Psychology*, 83(2), 150–163. https://doi.org/10.1037/0021-9010.83.2.150

Schwepker, C. H., & Roberta, J. Schultz. (2015). Influence of the ethical servant leader and ethical climate on customer value enhancing sales performance. *Journal of Personal Selling and Sales Management*, 35(2), 93–107. https://doi.org/10.1080/08853134.2015.1010537

Smith, C. A., Organ, D. W., & Near, J. P. (1983). Organizational Citizenship Behavior: Its Nature and Antecedents. *Journal of Applied Psychology*, 68, 653–764.

Sugiwardani, Resti. (2016). Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Efektifitas Penjualan Di PT. Otsuka Indonesia. *Tesis*. Program Pascasarjana S-2 Sekolah Tinggi Illmu Ekonomi PERBANAS. Surabaya.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.* Bandung: PT Alfabeta.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.* Bandung: PT Alfabeta.

Sumarauw, J. S., & S. Timbuleng. (2015). Etos Kerja, Disiplin Kerja, Dan Komitmen Organisasi Pengaruhnya Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt Hasjrat Abadi Cabang Manado. Jurnal EMBA: *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(2), 1051–1060. https://doi.org/10.35794/emba.v3i2.9284

Turnipseed, P. H., & Turnipseed, D. L. (2013). Testing the Proposed Linkage Between Organizational Citizenship Behaviours and An Innovative

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Organizational Climate. *Creativity and Innovation Management*, 22, 209–215.

Unud, E. M. (2016). Kompensasi Terhadap Kinerja Pekerja Kontrak. *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Bali, Indonesia* 5(1), 470–499.

Van Loon, N. M., Wouter, Vandenabeele., & Peter, Leisink. (2017). Clarifying the Relationship Between Public Service Motivation and In-Role and Extra-Role Behaviors: The Relative Contributions of Person-Job and Person-Organization Fit. *American Review of Public Administration*, *47*(6), 699–713. https://doi.org/10.1177/0275074015617547

Williams, L. J., & Stela, E. Anderson. (1991). *Job Statisfiction. In Journal of Management* (Vol. 17, Issue 3, pp. 601–617).

Zhu, Y. (2013). Individual Behavior: In-role and Extra-role. *International Journal of Business Administration*, 4(1), 23–27. https://doi.org/10.5430/ijba.v4n1p23

repository.stieykpn.ac.id