

**PENGARUH *SELF EFFICACY* DAN *COMPETITIVENESS*
PADA *ENTREPRENEURIAL MOTIVATION* TENAGA
PENJUALAN DAN DAMPAKNYA PADA *EFFORT* DAN
KINERJA PENJUALAN**

RINGKASAN SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana



Disusun oleh

Hanifah Meuthianingrum

NIM : 2117 29772

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA**

2021

SKRIPSI

PENGARUH *SELF EFFICACY* DAN *COMPETITIVENESS* PADA *ENTREPRENEURIAL MOTIVATION* TENAGA PENJUALAN DAN DAMPAKNYA PADA *EFFORT* DAN KINERJA PENJUALAN

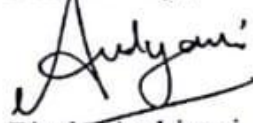
Dipersiapkan dan disusun oleh:

HANIFAH MEUTHIANINGRUM

No. Mhs.: 211729772

telah dipresentasikan di depan Tim Dosen pada hari Rabu, 22 September 2021 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen.

Pembimbing I,




Bianka Andriyani, SE., MM.



Pembimbing II,


Dr. Wisnu Prajogo, MBA.

Ketua/Penguji,



Rahmat Purbandono Hardani, Drs., M.Si.

Yogyakarta, 22 September 2021
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN
Ketua,



Dr. Wisnu Prajogo, MBA.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

PENGARUH *SELF EFFICACY* DAN *COMPETITIVENESS* PADA *ENTREPRENEURIAL MOTIVATION* TENAGA PENJUALAN DAN DAMPAKNYA PADA *EFFORT* DAN KINERJA PENJUALAN

Hanifah Muethianingrum

STIE YKPN, Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta, Indonesia

A B S T R A C T

This study aims to analyze and prove the effect of self-efficacy and competitiveness on the entrepreneurial motivation of salespeople and their impact on sales effort and performance. The sample being researched in this sample are salespeople who work in private companies, state-owned enterprises, and entrepreneurs in Indonesia who have a working period of one year or more than one year. The data collection technique used is by distributing questionnaires via google form. Respondents obtained from the distribution of these respondents as many as 110 respondents.

The analysis technique used is purposive sampling and multiple regression analysis using the SPSS (Structural Package for the Social Sciences) program. The results obtained are self-efficacy and competitiveness have a positive effect on the entrepreneurial motivation of salespeople and entrepreneurial motivation has a positive effect.

A B S T R A C T

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan membuktikan pengaruh *self efficacy* dan *competitiveness* terhadap *entrepreneurial motivation* tenaga penjualan dan dampaknya pada *effort* dan kinerja penjualan. Sampel yang menjadi penelitian pada sampel ini adalah tenaga penjualan yang bekerja pada perusahaan swasta, BUMN, dan wirausaha yang ada di Indonesia yang memiliki masa kerja satu tahun atau lebih dari satu tahun. Teknik pengambilan data yang dilakukan adalah dengan cara menyebarkan kuesioner melalui *google form*. Responden yang didapat dari penyebaran kuesioner ini sebanyak 110 responden.

Teknik analisis digunakan adalah purposive sampling dan analisis regresi berganda dengan menggunakan program SPSS (*Structural Package for the Social Sciences*). Hasil penelitian yang didapat yaitu *self efficacy* dan *competitiveness* berpengaruh positif terhadap *entrepreneurial motivation* tenaga penjualan dan *entrepreneurial motivation* berpengaruh positif.

1. INTRODUCTION

Pada era yang sangat kompetitif ini semua perusahaan memiliki tugas untuk memastikan mereka meningkatkan performa kinerjanya, target keuntungan, dan cara untuk bertahan di pasar. Tugas tersebut akan tercapai jika perusahaan meningkatkan penjualan, memiliki rencana strategi, dan memastikan alokasi sumber daya wilayah yang tepat. Walsh & Lipinski (2013) menyatakan sebagian besar organisasi lebih berkonsentrasi pada kinerja yang baik karena bisnis berada di era persaingan yang semakin ketat dan negosiasi yang sengit dengan pembeli, oleh karena itu penggunaan penjualan secara tradisional tidak

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

berlaku lagi.

Tenaga penjualan modern pada era ini hampir semua merupakan profesional yang berpendidikan tinggi dan terlatih dengan baik yang bekerja untuk memelihara dan membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen (Kotler & Armstrong, 2006). Mereka mendengarkan konsumen mereka, membantu dalam memecahkan masalah yang konsumen tersebut hadapi (Kotler & Armstrong, 2006).

Kesuksesan seorang tenaga penjualan bukan dibangun hanya dengan memiliki cara berkomunikasi dengan calon konsumen atau pengetahuan tentang produknya saja. Namun, tenaga penjualan juga harus memiliki kemampuan yang lebih dalam menjalankan pekerjaan menjadi tenaga penjualan dan keinginan untuk terus belajar mengenai situasi dan perubahan pada saat bekerja.

Tenaga penjualan harus didorong atau dimotivasi oleh pendekatan *entrepreneurial motivation* untuk dapat mendefinisikan, menciptakan, dan memberikan nilai. Dalam lingkup bisnis ini, *entrepreneurial motivation* mengacu pada orientasi tujuan yang diarahkan untuk menciptakan usaha baru/memulai bisnis dan mengabaikan kendala (Carsrud & Brännback, 2011). Dengan adanya *entrepreneurial motivation* dalam diri seorang tenaga penjualan dapat meningkatkan kemampuan seorang tenaga penjualan dalam mencapai tujuannya kemudian dapat meningkatkan kinerja yang terbaik di tempat kerjanya. Ketika seorang tenaga penjualan memiliki *entrepreneurial motivation* yang tinggi maka target penjualan untuk tenaga penjualan akan mencapai target dan dapat menjaga relasi yang bagus pada konsumen mereka.

Penelitian ini berfokus pada pengaruh *self efficacy* dan *competitiveness* untuk menciptakan *entrepreneurial motivation* yang akan mengakibatkan *effort* dan kinerja penjualan sebagai dampaknya. *Self efficacy* dan *competitiveness* pada tenaga penjualan yang tinggi akan membuat tenaga penjualan memiliki *entrepreneurial motivation* yang akan mendorong atau memberikan *effort* untuk dirinya sendiri untuk mencapai tujuannya dan mencapai kinerja penjualan yang baik.

Self efficacy mengarah kepada kepercayaan diri kepada kemampuannya untuk menghasilkan hasil yang baik pada tugas tertentu (Bandura, 1999). Tenaga penjualan yang memiliki *self efficacy* yang tinggi, mereka percaya bahwa mereka dapat melakukan pekerjaan dengan baik dan melihat suatu tantangan menjadi sesuatu yang harus mereka kuasai daripada sesuatu yang harus mereka hindari. *Entrepreneurial motivation* adalah kekuatan atau dorongan dalam diri individu untuk mempertahankan semangat kewirausahaan di semua kegiatannya (Murali, 2013). Salah satu faktor terciptanya *entrepreneurial motivation* adalah seseorang yang melihat peluang dari lingkungan tempat kerja maupun dari kemampuannya yang lebih baik dari yang lain (Yimamu, 2018).

Entrepreneurial motivation juga bisa diartikan penguasaan atau keahlian yang dimiliki seseorang (Carsrud & Brännback, 2011). Jadi ketika seorang tenaga penjualan percaya dan bisa menilai kemampuannya mereka akan bisa mengatasi segala rintangan dalam pekerjaannya. Dengan kemampuan yang dimiliki oleh tenaga penjualan mereka bisa melihat peluang yang sesuai untuk kemampuan mereka sehingga bisa dikatakan tenaga penjualan tersebut sudah memiliki *entrepreneurial motivation*. Faktor terbentuknya *entrepreneurial motivation* adalah seseorang yang bisa melihat peluang dan memanfaatkannya.

Competitiveness diartikan sebagai persaingan antar individu yang dapat terjadi diberbagai lingkup salah satunya adalah lingkup kerja, dalam rangka memperebutkan sesuatu yang baik (Mildawani, 2018). Tenaga penjualan yang sudah mengetahui

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

kemampuannya akan terpacu untuk melakukan pekerjaan dengan baik. *Entrepreneurial motivation* bergantung pada kesiapan untuk menghadapi tantangan dan mengatasi masalah yang tidak terduga dan *competitiveness* meningkatkan keinginan untuk bertindak sebagai wirausaha. (Leverin & Liljander, 2004)

Seseorang yang memiliki *entrepreneurial motivation* akan dapat menciptakan *effort* yang tinggi. *Effort* umumnya didefinisikan sebagai jumlah waktu dan energi yang dialokasikan untuk tugas/pekerjaan (Rangarajan et al., 2005). Hal ini merupakan hal penting yang harus ada di dalam diri seorang tenaga penjualan agar dapat terciptanya *entrepreneurial motivation* yaitu proses untuk membangkitkan dan memotivasi seseorang untuk mengerahkan usaha dan kekuatannya untuk mencapai upaya tertinggi untuk mencapai tujuannya. Dengan kata lain, *effort* ini mengacu pada dorongan dalam diri seseorang untuk mengeluarkan sifat kegigihan, kekuatan, dan tujuan untuk pencapaiannya.

Kinerja didefinisikan sebagai persepsi tenaga penjualan tentang hasil penjualannya, pencapaian tujuan, laba yang dihasilkan oleh penjualannya, dan kepuasannya sehubungan dengan hasil yang diperoleh dan pekerjaan yang dilakukan (Donassolo & De Matos, 2014). Tenaga penjualan yang memiliki *entrepreneurial motivation* akan memiliki *effort* yang tinggi untuk menyelesaikan pekerjaannya dan akan memiliki hasil yang berbanding lurus dengan hasil kinerja tenaga penjualan.

2. THEORETICAL FRAMEWORK AND HYPOTHESES

Pengaruh *self efficacy* terhadap *entrepreneurial motivation*

Menurut Wood dan Bandura (1989) *self-efficacy* mewakili keyakinan dalam kemampuan seseorang untuk memobilisasi motivasi, sumber daya kognitif, dan tindakan yang diperlukan untuk memenuhi tuntutan situasional yang diberikan. *Self efficacy* adalah keyakinan seorang wirausahawan akan kemampuannya untuk mencapai tujuan wirausahanya (Uli, Ratih, Masyhudzulkhak & Hidayat, 2019)

Seseorang ingin bekerja dalam lingkungan yang menuntut lebih banyak keterampilan dan pencapaian menonjolkan dimensi yang sama dengan *self efficacy* (Wood & Bandura, 1989). Tenaga penjual yang memiliki *self efficacy* yang tinggi juga menganggap keterampilan mereka cukup untuk mencapai hasil positif, cenderung berpartisipasi dalam tugas yang ditandai dengan lebih banyak kesulitan atau ketidakpastian, dan menampilkan lebih banyak *entrepreneurial motivation* (Hu,J., 2007). Berdasarkan uraian di atas seseorang yang memiliki *self efficacy* tinggi yang berarti yakin atas kemampuannya dan cenderung menyukai tantangan atau peluang akan memiliki *entrepreneurial motivation* yang tinggi yakni motivasi untuk meraih memiliki tujuan atau goal pada pekerjaan mereka.

H1 : *Self efficacy* berpengaruh positif terhadap *entrepreneurial motivation*.

Pengaruh *competitiveness* terhadap *entrepreneurial motivation*

Situasi ketidakpuasan dan jiwa *competitive* menjadi faktor pendorong individu untuk mempersiapkan karir kewirausahaannya yang juga merupakan faktor terbentuknya *entrepreneurial motivation* (Yimamu, 2018). Menurut Shye (1978) menegaskan bahwa *entrepreneurial motivation* bergantung kepada kesiapan untuk menghadapi tantangan dan mengatasi masalah yang tidak terduga.

Berdasarkan uraian di atas bahwa jika jiwa *competitiveness* meningkatkan keinginan seseorang untuk selalu menjadi yang terbaik terhadap tantangan yang akan dihadapinya dalam pekerjaan sehingga dapat dikatakan tenaga penjualan memiliki *entrepreneurial motivation*.

H2 : *Competitiveness* berpengaruh positif terhadap *entrepreneurial motivation*.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Pengaruh *entrepreneurial motivation* terhadap *effort*

Sagie dan Elizur (1999) berpendapat bahwa selama pelaksanaan tugas, seseorang dengan orientasi tujuan yang lebih tinggi memiliki kecenderungan yang lebih kuat untuk mengerahkan *effort* untuk menyelesaikan tugas dan menerima penghargaan untuk itu. Bahkan jika hasil tidak pasti atau sulit dicapai, *entrepreneurial motivation* mendorong orang untuk mencurahkan lebih banyak *effort* untuk tugas dengan meningkatkan kemampuan yang dipersepsikan sendiri (Latham & Pinder, 2005). Shane (2012) berpendapat bahwa kebutuhan untuk berprestasi menciptakan kenikmatan dalam melakukan tugas, menerjemahkan ambisi dan tujuan menjadi energi dan ketekunan.

Berdasarkan uraian di atas *entrepreneurial motivation* adalah proses untuk seseorang/pekerja untuk selalu tetap pada jalur tujuan mereka dengan memberikan *effort* yang terbaik secara konsisten.

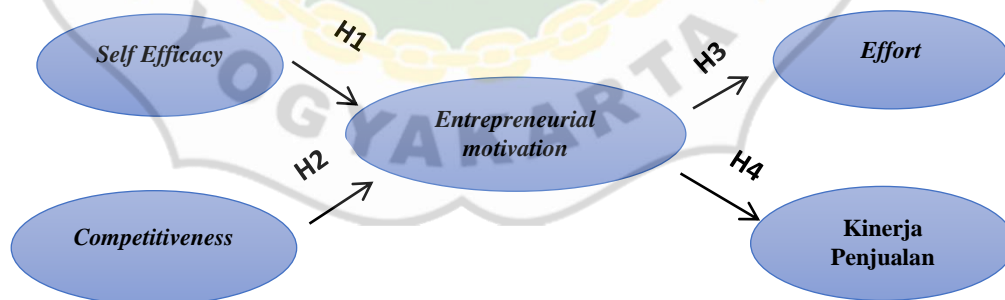
H3 : *Entrepreneurial motivation* berpengaruh positif terhadap *effort*.

Pengaruh *entrepreneurial motivation* terhadap kinerja penjualan

Faktor-faktor pembentuk *entrepreneurial motivation* ini dapat mendorong seorang tenaga penjualan untuk berkreasi dan berinovasi pada pekerjaan sehingga dapat menghasilkan kinerja penjualan yang baik. *Entrepreneurial motivation* memiliki dampak positif pada kinerja tenaga penjualan, hal itu juga dapat meningkatkan kecenderungan individu untuk menciptakan lingkungan kerja yang unik atau dapat mengubah peran dalam tugas yang sudah ditentukan (Morris et al.,1990).

Berdasarkan uraian di atas *entrepreneurial motivation* juga dapat mendorong tenaga penjualan untuk lebih bisa berinovasi dan berkreasi lagi. Pada era yang serba cepat perubahan tren ini sangat perlu untuk tenaga penjualan berinovasi dan berkreasi untuk bisa mencapai targetnya dengan dorongan dari *entrepreneurial motivation* ini akan membantu untuk meningkatkan kinerja penjualan yang dilakukan oleh tenaga penjualan.

H4 : *Entrepreneurial motivation* berpengaruh positif terhadap kinerja penjualan.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

3. RESEARCH METHOD

Populasi penelitian ini akan berfokus pada tenaga penjualan yang berada di Indonesia. Tenaga penjualan yang dijadikan sebagai unit analisis penelitian ini yaitu tenaga penjualan yang ada di seluruh Indonesia, baik tenaga penjualan di perusahaan swasta, BUMN dan wiraswasta. Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel dengan menggunakan kriteria

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

tertentu (Sugiyono, 2017). Sampel dalam penelitian ini yaitu tenaga penjualan yang berada di Indonesia yang merupakan karyawan tetap dengan masa kerja di atas satu tahun. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini diperlukannya instrumen penelitian dengan menggunakan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, statistik deskriptive, dan uji hipotesis.

4. DATA ANALYSIS AND DISCUSSION

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel *Self Efficacy*

Kode	Pertanyaan	Faktor Loading	Status
SE1	Saya memiliki keahlian untuk mengetahui apa yang konsumen inginkan	0,665	Valid
SE2	Mudah untuk saya membuat konsumen mengerti sudut pandang saya mengenai produk	0,851	Valid
SE3	Saya merasa percaya diri dengan kemampuan saya dalam menjalankan pekerjaan saya dengan baik	0,594	Valid
SE4	Saya merasa saya mampu dalam menjalankan tugas menjual produk	0,864	Valid
SE5	Saya ahli dalam melakukan penjualan	0,856	Valid
SE6	Saya tahu apa yang harus dilakukan pada saat menawarkan produk kepada konsumen	0,791	Valid

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel *Competitiveness*

Kode	Pertanyaan	Faktor Loading	Status
COM1	Saya menikmati bekerja dalam situasi yang melibatkan persaingan dengan orang lain.	0,782	Valid
COM2	Dalam pekerjaan saya, saya suka mengungguli rekan kerja saya.	0,831	Valid
COM3	Saya orang yang kompetitif.	0,808	Valid
COM4	Berkinerja lebih baik daripada wiraniaga lain di perusahaan ini penting bagi saya.	0,720	Valid

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel *Effort*

Kode	Pertanyaan	Faktor Loading	Status
EF1	Saya selalu berupaya yang terbaik dalam tugas penjualan saya.	0,772	Valid
EF2	Saya menghabiskan banyak waktu di kantor dan di lapangan untuk bekerja.	0,833	Valid
EF3	Saya banyak menghubungi calon konsumen.	0,799	Valid

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel Kinerja Penjualan

Kode	Pertanyaan	Faktor Loading	Status
KP1	Saya bisa menjual lebih banyak dari rekan tenaga penjualan yang lain.	0,874	Valid
KP2	Saya biasa mencapai target lebih baik dari rekan penjualan yang lain.	0,908	Valid
KP3	Saya berhubungan dengan konsumen lebih baik dari rekan tenaga penjualan yang lain.	0,781	Valid

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Variabel *Entrepreneurial Motivation*

Kode	Pertanyaan	Faktor Loading	Status
EM1	Saya menjalani hidup saya sendiri, terlepas dari pendapat orang lain.	0,612	Valid
EM2	Saya mengabaikan aturan dan regulasi yang menghambat kebebasan pribadi saya.	<0,5	Tidak Valid
EM3	Dalam menjalankan hidup saya, saya berusaha menjadi bos/pemimpin bagi diri saya sendiri.	0,711	Valid
EM4	Saya lebih suka bekerja sendiri dalam suatu tugas.	<0,5	Tidak Valid
EM5	Suatu hari nanti saya ingin memiliki bisnis sendiri.	0,712	Valid
EM6	Menurut saya, memiliki bisnis sendiri memiliki keuntungan.	0,766	Valid

Variabel dalam penelitian ini adalah *self efficacy*, *competitiveness*, *entrepreneurial motivation*, *effort*, dan kinerja penjualan. Pengujian analisis faktor ini dilakukan untuk setiap *item* pertanyaan per variabel dan untuk menyatakan apakah *item* pertanyaan tersebut valid atau tidak. Dari hasil uji validitas yang sudah di uji semua variable dinyatakan valid.

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha
SE	0,867
COMP	0,791
EF	0,700
KP	0,813
EM	0,658

Tabel 6 menunjukkan bahwa variabel *self efficacy*, *competitiveness*, *entrepreneurial motivation*, *effort*, dan kinerja penjualan. Variabel dikatakan reliabel jika nilai cronbach's alpha > 0,6. Maka, bisa dilihat pada tabel di atas bahwa semua variabel dinyatakan reliabel karena nilai cronbach's alpha yang sudah memenuhi kriteria.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

	Mean	Std. Deviation	<i>Self Efficacy</i>	<i>Competitiveness</i>	<i>effort</i>	Kinerja Pekerjaan	<i>Entrepreneurial Motivation</i>
<i>Self Efficacy</i>	4,19	,575	1	.588**	.695* *	.671**	.310**
<i>Competitiveness</i>	3,88	,7728		1	.585* *	.576**	.317**
<i>effort</i>	4,12	,7279			1	.628**	.330**
Kinerja Pekerjaan	3,37	,7525				1	.439**
<i>Entrepreneurial Motivation</i>	4,37	,5734					1

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tabel 7. Hasil Statistik Deskriptif

Hasil dari tabel 7 menunjukkan bahwa mean atau rata-rata jawaban dari responden. Nilai Std. Deviation menunjukkan keragaman jawaban dari responden penelitian ini.

Goodness-of fit Indexes	Kriteria	MODEL FIT	
		Hasil Perhitungan	Model Evaluasi
Chi Square	Small, not significant	264,882	Tidak Fit
CMIN/DF	1-2 over fit, 2-5 liberal limit	2,452	Fit
GFI	> 0,9	0,846	Marginal Fit
AGFI	> 0,8	0,774	Marginal Fit
TLI	> 0,9	0,929	Fit
CFI	> 0,9	0,906	Fit
RMSEA	< 0,1	0,076	Fit

Tabel 8. Hasil Evaluasi Model Fit

Tabel 9. Hasil Evaluasi Model Fit

Hipotesis	Estimasi	S.E.	C.R.	P	Label
<i>Self efficacy</i> berpengaruh positive terhadap <i>entrepreneurial motivation</i> .	,501	,192	2,613	,009	Hipotesis didukung
<i>Competitiveness</i> berpengaruh positive terhadap <i>entrepreneurial motivation</i> .	,152	,072	2,107	,035	Hipotesis didukung

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

<i>Entrepreneurial motivation</i> berpengaruh positive terhadap <i>effort</i> .	1,851	,619	2,993	,003	Hipotesis didukung
<i>Entrepreneurial motivation</i> berpengaruh positive terhadap kinerja penjualan.	1,671	,597	2,799	,005	Hipotesis didukung

Pengujian hipotesis menyatakan *entrepreneurial motivation* dipengaruhi oleh *self efficacy* dengan arah positif ($\beta = 0,501$; $P < 0,009$). Menunjukkan bahwa hipotesis pertama (H1) dapat diterima. Pengujian hipotesis menyatakan *intrepreneurial motivation* dipengaruhi oleh *competitiveness* dengan arah positif ($\beta = 0,152$; $P < 0,035$). Menunjukkan bahwa hipotesis kedua (H2) dapat diterima. Pengujian hipotesis *effort* dipengaruhi oleh *intrepreneurial motivation* dengan arah positif ($\beta = 1,851$; $P < 0,003$). Menunjukkan bahwa hipotesis ketiga (H3) dapat diterima. Pengujian hipotesis menyatakan kinerja penjualan dipengaruhi *entrepreneurial motivation* dengan arah positif ($\beta = 1,671$; $P < 0,005$). Sehingga menunjukkan bahwa hipotesis keempat (H4) dapat diterima.

5. CONCLUSION, IMPLICATION, SUGGESTION, AND LIMITATIONS

Berdasarkan hasil penelitian kesimpulan yang didapat dari penelitian ini bahwa *Self efficacy* berpengaruh positif terhadap *entrepreneurial motivation* bagi tenaga penjualan. Hasil ini menunjukkan bahwa ketika tenaga penjualan memiliki *self efficacy* yang tinggi maka tenaga penjualan tersebut memiliki *entrepreneurial motivation* dalam menyelesaikan pekerjaan mereka. *Competitiveness* berpengaruh positif terhadap *entrepreneurial motivation* bagi tenaga penjualan. Hasil ini ditunjukkan dengan jiwa *competitive* yang dimiliki oleh tenaga penjualan akan meningkatkan *entrepreneurial motivation* pada diri tenaga penjualan. *Entrepreneurial motivation* berpengaruh positif terhadap *effort* tenaga penjualan. Hasil menunjukkan bahwa tenaga penjualan yang memiliki *entrepreneurial motivation* akan menghasilkan *effort* untuk tenaga penjualan dalam menyelesaikan pekerjaannya. *Entrepreneurial motivation* berpengaruh positif terhadap kinerja penjualan tenaga penjualan. Hasil menunjukkan bahwa tenaga penjualan yang termotivasi dengan *entrepreneurial motivation* akan lebih bisa untuk berinovasi dan berkreasi untuk bisa mencapai targetnya dan pekerjaannya. Sehingga dapat meningkatkan kinerja penjualan. Implikasi penelitian adalah pentingnya seorang tenaga penjualan untuk mengerti kemampuan mereka sehingga mereka bisa mengevaluasi kelebihan dan kekurangan mereka. Tenaga penjualan juga harus mengeksplorasi inovasi dan kreasi mereka dalam melakukan pekerjaannya. Hal ini dapat membantu tenaga penjualan untuk menghasilkan kinerja penjualan yang baik. Saran bagi peneliti selanjutnya yang akan menggunakan topik penelitian ini diharapkan agar lebih menyiapkan lagi media untuk menyebarkan kuesionernya atau lebih fokus pada satu wilayah atau perusahaan.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Keterbatasan pada penelitian ini yaitu pada proses pengambilan data karena situasi pandemi yang sedang melanda Indonesia dan seluruh dunia sehingga memperlambat proses penyebaran kuesioner penelitian ini. Keterbatasannya lainnya adalah adanya pertanyaan yang tidak valid dan model penelitian yang tidak memenuhi ukuran fit secara keseluruhan.



PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

REFERENCES

- Bandura, A., Freeman, W. H., & Lightsey, R. (1999). Self-Efficacy: The Exercise of Control. In *Journal of Cognitive Psychotherapy* (Vol. 13, Issue 2, pp. 158–166).
- Carsrud, A., & Brännback, M. (2011). Entrepreneurial Motivations: What Do We Still Need to Know? *Journal of Small Business Management*, 49(1), 9–26.
- Donassolo, P. H., & De Matos, C. A. (2014). The Predictors of Sales Performance: a study with wholesale sellers. *Revista Brasileira de Gestao de Negocios*, 16(52), 448–465.
- Hu, J., Huhmann, B. A., & Hyman, M. R. (2007). The Relationship between Task Complexity and Information Search: The Role of Self-Efficacy. *Psychology & Marketing*, 24(3), 253–270.
- Kotler, Philip., Amstrong, Gary. (2006). Prinsip-Prinsip Pemasaran. Dalam 12th Edition. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Latham, G.P. and Pinder, C.C. (2005), “Work motivation theory and research at the dawn of the twenty-first century”, *Annual Review of Psychology*.
- Leverin, A., & Liljander, V. (2004). Entrepreneurial motivation as a key salesperson competence: Trait antecedents and performance consequences. *Journal of Business & Industrial Marketing Management Decision International Journal of Bank Marketing Is Journal of Product & Brand Management*, 19(11), 5–14.
- Mildawani, T. S. (2018). *Individual Competitiveness : Kunci Kompetisi Di Era Globalisasi*. Vol 5.
- Morris, M.H.M., Avila, R. and Teeple, E. (1990), “Sales management as an entrepreneurial activity”, *Journal of Personal Selling & Sales Management* , 10(2), pp.1–15.
- Murali, K. S. (2013). Entrepreneurial Motivation A Case Study of Small Scale Entrepreneurs In Mekelle, Ethiopia. *Journal of Business Management & Social Sciences Research Blue Ocean Research Journals*, 2(1), 2319–5614.
- Rangarajan, D., Jones, E., & Chin, W. (2005). Impact Of Sales Force Automation On Technology-Related Stress, Effort, and Technology Usage Among Salespeople. *Industrial Marketing Management*, 34(4), 345–354.
- Sagie, A. and Elizur, D. (1999), “Achievement motive and entrepreneurial orientation: a structural analysis”, *Journal of Organizational Behavior* , 20(3), 375–387.
- Shane, S. (2012). Delivering On The Promise Of Entrepreneurship As A Field Of Research. *Academy of Management Review*, 37(1), 10–20.
- Shye, S. (1978). Achievement Motive: A Faceted Definition And Structural Analysis. *Multivariate Behavioral Research*, 13(3), 327–346.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Uli Wildan Nuryanto, Ratih Purnamasari, Masyhudzulhak Djamil Mz, A., & Hidayat Sutawidjaya, A. B. S. (2019). *Effect of Self Efficacy, Motivation On Entrepreneurialship, Entrepreneurial Education* 2(2), 40–57.

Yimamu, N. (2018). Entrepreneurship and Entrepreneurial Motivation. *Basics of Entrepreneurship, April*, 5-6.

Walsh, M.F. and Lipinski, J. (2009), "The role of the marketing function in small and medium sized enterprises", *Journal of Small Business and Enterprise Development*, Vol. 16 No. 4, pp. 569-585.

Wood, R., & Bandura, A. (1989). Impact of Conceptions of Ability on Self-Regulatory Mechanisms and Complex Decision Making. *Journal of Personality and Social Psychology*, 56(3), 407–415.

