

PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas limpahan berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Semoga rahmat dan hidayah-Nya selalu dilimpahkan kepada kita semua.

Skripsi yang berjudul “**Pengaruh Program Intervensi Terhadap Intensi Mahasiswa Pada Profesi Salesman (Studi Kasus: Auto 2000 Sukun Malang)**” ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S-1) pada Fakultas Teknik di Jurusan Teknik Industri, Universitas Brawijaya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini dapat terselesaikan berkat dukungan dan bimbingan beberapa pihak. Oleh Karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi.
2. Kedua orang tua tercinta, Daniel Haryanto dan Juliet Magdalena, serta Kakak dan Adik penulis yang selalu memberi doa, dukungan semangat, kasih sayang, serta perjuangan yang tidak pernah lelah demi memberikan yang terbaik kepada penulis.
3. Bapak Ishardita Pambudi Tama, ST., MT., Ph.D. selaku Ketua Jurusan Teknik Industri dan Bapak Arif Rahman, ST., MT. selaku Sekertaris Jurusan Teknik Industri yang selalu memberikan bimbingan, masukan, arahan, serta ilmu kepada penulis.
4. Bapak Remba Yanuar Efranto, ST., MT. selaku Ketua Kelompok Dosen Keahlian Manajemen Sistem Industri, yang selalu sabar dan menyempatkan waktu dalam membimbing penulis, memberikan arahan, motivasi, dan ilmu yang sangat berharga.
5. Ibu Yeni Sumantri, S.Si., MT., Ph.D. selaku dosen pembimbing I dan Kepala Laboratorium Simulasi dan Aplikasi Industri, yang selalu sabar dalam membimbing penulis, memberikan masukan, arahan, dan pengalaman.
6. Ibu Agustina Eunike, ST., MT., M.BA selaku dosen pembimbing II, yang selalu sabar dalam membimbing penulis, memberikan masukan, arahan, dan ilmu yang memberikan pengetahuan baru bagi penulis.
7. Bapak Oyong Novareza, ST., MT., Ph.D dan Ibu Oke Oktavianty, S.Si., MT. selaku Dosen Pembimbing Akademik selama waktu perkuliahan penulis, selalu memberikan bimbingan dan arahan terhadap kegiatan akademik maupun non akademik penulis.
8. Bapak dan Ibu Dosen dan staf Jurusan Teknik Industri Universitas Brawijaya.

9. PT. Astra International, Tbk yang sudah berkenan menjadi objek dalam pembuatan skripsi penulis.
10. Teman-teman selama *project* Astra1st, Kakak Audrey Natasha, Kakak Sylvia Dewi, Abdul Jabbar Jawwadurrahman, Ignatius Ivan Hartanto, dan Andre Kurniawan.
11. Rekan-rekan Laboratorium Simulasi dan Aplikasi Industri 2012, Dea, Deni, Eliana, Ersya, Naila, Petty, Vergiant, Athira, Maya, Novita, Raid, dan Sindhu yang selalu memberikan dorongan, pengalaman dan motivasi bagi penulis untuk bisa menjadi pribadi yang lebih baik.
12. Sahabat seperjuangan selama perkuliahan, Tito, Rachmat, Megananda, Agatha, Ipul, Ambar, dan Bastian yang selalu memberikan bantuan, motivasi, tenaga, waktu, dan segala senyum serta dukungan yang tiada batas dalam segala hal kepada penulis.
13. Teman penulis, Ischa Cynthia M. S. yang sudah menemani penulis selama pembuatan skripsi ini.
14. Seluruh teman – teman Keluarga Teknik Industri angkatan 2012 (STEEL 2012) yang telah memberikan dukungan dan doa dalam penyelesaian skripsi penulis.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna. Oleh karena itu saran dan kritik sangat diperlukan untuk kebaikan di masa depan. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Malang, Juni 2016

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR RUMUS	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
DAFTAR ISTILAH	xv
RINGKASAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Rumusan Masalah	4
1.4 Tujuan Penelitian	4
1.5 Manfaat Penelitian	4
1.6 Batasan	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Penelitian Terdahulu	5
2.2 <i>Salesperson</i>	6
2.3 <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB)	7
2.3.1 Intensi	9
2.3.2 Sikap	10
2.3.3 Norma Subjektif	10
2.3.4 Kontrol Perilaku yang Diterima	11
2.4 Pengukuran dalam <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB)	11
2.4.1 Pengukuran Sikap	11
2.4.2 Pengukuran Norma Subjektif	12
2.4.3 Pengukuran Kontrol Perilaku yang Diterima	13
2.5 Statistik untuk Penelitian	13
2.5.1 Uji Reliabilitas dan Uji Validitas	14
2.5.1.1 Uji Validitas	14

2.5.1.2 Uji Reliabilitas	14
2.5.2 Uji Statistik	14
2.5.2.1 Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	15
2.5.2.1.1 Asumsi Regresi	15
2.5.2.1.2 Macam-macam Penyimpangan Asumsi Regresi ..	16
2.5.2.2 Model Analisis Jalur	17
2.6 Desain Program Intervensi	21
2.6.1 Diagram Sebab-Akibat (<i>Fishbone Diagram</i>).....	22
2.6.2 <i>PUGH Method</i>	22
2.6.3 <i>Scoring Method</i>	23
BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1 Jenis Penelitian	27
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian.....	27
3.3 Langkah-langkah Penelitian	27
3.3.1 Tahap Pendahuluan.....	27
3.3.2 Tahap Pengambilan Data.....	28
3.3.3 Tahap Pengolahan Data	30
3.3.4 Tahap Program Intervensi.....	31
3.3.5 Tahap Analisis dan Kesimpulan	32
3.4 Diagram Alir Penelitian	32
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	35
4.1 Gambaran Umum PT Astra International Tbk – Toyota Sales Operation (Auto 2000).....	35
4.1.1 <i>What Business Are We In (WBAWI)</i> , Visi dan Misi Auto 2000	36
4.1.2 Struktur Organisasi.....	37
4.1.3 Jenjang Karir <i>Salesman</i> di Auto 2000	37
4.2 Penentuan Jumlah Responden	38
4.3 Pembuatan Kuesioner	39
4.4 Profil Responden.....	40
4.5 Pengolahan Data	42
4.4.1 Uji Validitas Kuesioner	43
4.4.2 Uji Reliabilitas Kuesioner.....	43

4.4.3 Pengukuran Nilai Intensi Berperilaku (<i>Behavioural Intention</i>).....	44
4.4.4 Pengukuran Nilai Sikap Berperilaku (<i>Attitude Towards the Behaviour</i>).....	45
4.4.5 Pengukuran Nilai Norma Subjektif (<i>Subjective Norm</i>).....	47
4.4.6 Pengukuran Nilai Kontrol Perilaku yang Dapat Diterima (<i>Perceived Behavioural Control</i>).....	49
4.6 Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	51
4.5.1 Analisis Korelasi.....	51
4.5.2 Asumsi Klasik.....	53
4.5.2.1 Pengujian Kenormalan Data.....	53
4.5.2.2 Pengujian Homogenitas Varians.....	54
4.5.2.3 Pengujian Linearitas Data.....	55
4.5.2.4 Pengujian Asumsi Multikolinearitas.....	55
4.5.2.5 Pengujian Asumsi Autokorelasi.....	56
4.5.3 Pengujian Secara Serentak (Uji F).....	57
4.5.4 Pengujian Secara Parsial (Uji t).....	58
4.5.5 Persamaan Analisis Jalur.....	59
4.5.6 Diagram Analisis Jalur.....	60
4.7 Desain Program Intervensi.....	62
4.6.1 Analisis Penyebab Rendahnya Minat Terhadap Profesi <i>Sales</i>	62
4.6.2 Pemilihan Alternatif Program Intervensi.....	64
4.8 Implementasi Program Intervensi.....	66
4.9 Uji Perbedaan Intensi Setelah Program Intervensi.....	68
4.10 Analisis dan Pembahasan.....	69
BAB V PENUTUP	73
5.1 Kesimpulan.....	73
5.2 Saran.....	74

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



UNIVERSITAS BRAWIJAYA

(Halaman ini sengaja dikosongkan)



DAFTAR TABEL

No.	Judul	Halaman
Tabel 2.1	Perbandingan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian yang Dilakukan.....	6
Tabel 2.2	Skala dalam <i>Scoring Method</i>	24
Tabel 4.1	Indikator Pertanyaan Kuesioner	39
Tabel 4.2	<i>Output</i> Uji Validitas Kuesioner Menggunakan SPSS	43
Tabel 4.3	<i>Output</i> Uji Reliabilitas Kuesioner Menggunakan SPSS.....	44
Tabel 4.4	<i>Output</i> Uji Korelasi	52
Tabel 4.5	<i>Output</i> Uji Kenormalan Data.....	54
Tabel 4.6	<i>Output</i> Uji Multikolinearitas	56
Tabel 4.7	<i>Output</i> Uji Durbin-Watson	56
Tabel 4.8	<i>Output</i> Uji ANOVA	57
Tabel 4.9	<i>Output</i> Uji <i>Coefficients</i>	58
Tabel 4.10	Pengujian secara Individu	59
Tabel 4.11	Koefisien Jalur dari Masing-masing Faktor.....	59
Tabel 4.12	Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung X_1 terhadap Y	61
Tabel 4.13	Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung X_2 terhadap Y	61
Tabel 4.14	Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung X_3 terhadap Y	61
Tabel 4.15	Model <i>Summary</i>	62
Tabel 4.16	<i>PUGH Matrix</i> Konsep Program Intervensi.....	64
Tabel 4.17	<i>Scoring Method</i>	66
Tabel 4.18	<i>Output Welch dan Brown-Forsythe t-test</i>	68
Tabel 4.19	Rekap Hasil Pengukuran.....	70



(Halaman ini sengaja dikosongkan)



DAFTAR GAMBAR

No.	Judul	Halaman
Gambar 1.1	Sumber daya <i>salesman</i> Auto 2000	2
Gambar 2.1	Langkah dalam penjualan personal	7
Gambar 2.2	Model <i>Theory Reasoned Action</i> (TRA).....	8
Gambar 2.3	Model <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB)	8
Gambar 2.4	Model regresi berganda	19
Gambar 2.5	Model mediasi	19
Gambar 2.6	Model kombinasi	20
Gambar 2.7	Model kompleks	20
Gambar 2.8	Model rekursif	21
Gambar 2.9	Contoh <i>Pugh Matrix</i>	23
Gambar 2.10	Contoh <i>Scoring Method</i>	25
Gambar 3.1	Diagram Alir Penelitian.....	33
Gambar 4.1	Struktur organisasi Auto 2000.....	37
Gambar 4.2	Jenjang Karir SAS	38
Gambar 4.3	Jenis kelamin responden.....	40
Gambar 4.4	Usia responden	41
Gambar 4.5	Universitas responden.....	41
Gambar 4.6	Fakultas responden	42
Gambar 4.7	Jumlah semester responden	42
Gambar 4.8	Persebaran data dari intensi	45
Gambar 4.9	Persebaran data dari sikap	46
Gambar 4.10	Persebaran data dari sikap pengukuran tidak langsung	47
Gambar 4.11	Persebaran data dari norma subjektif.....	48
Gambar 4.12	Persebaran data dari norma subjektif pengukuran tidak langsung	49
Gambar 4.13	Persebaran data dari perilaku yang dapat diterima.....	50
Gambar 4.14	Persebaran data dari perilaku yang diterima tidak langsung	51
Gambar 4.15	Uji homogenitas varians	55
Gambar 4.16	<i>Output</i> uji linearitas data.....	55
Gambar 4.17	Jalur masing-masing faktor	60

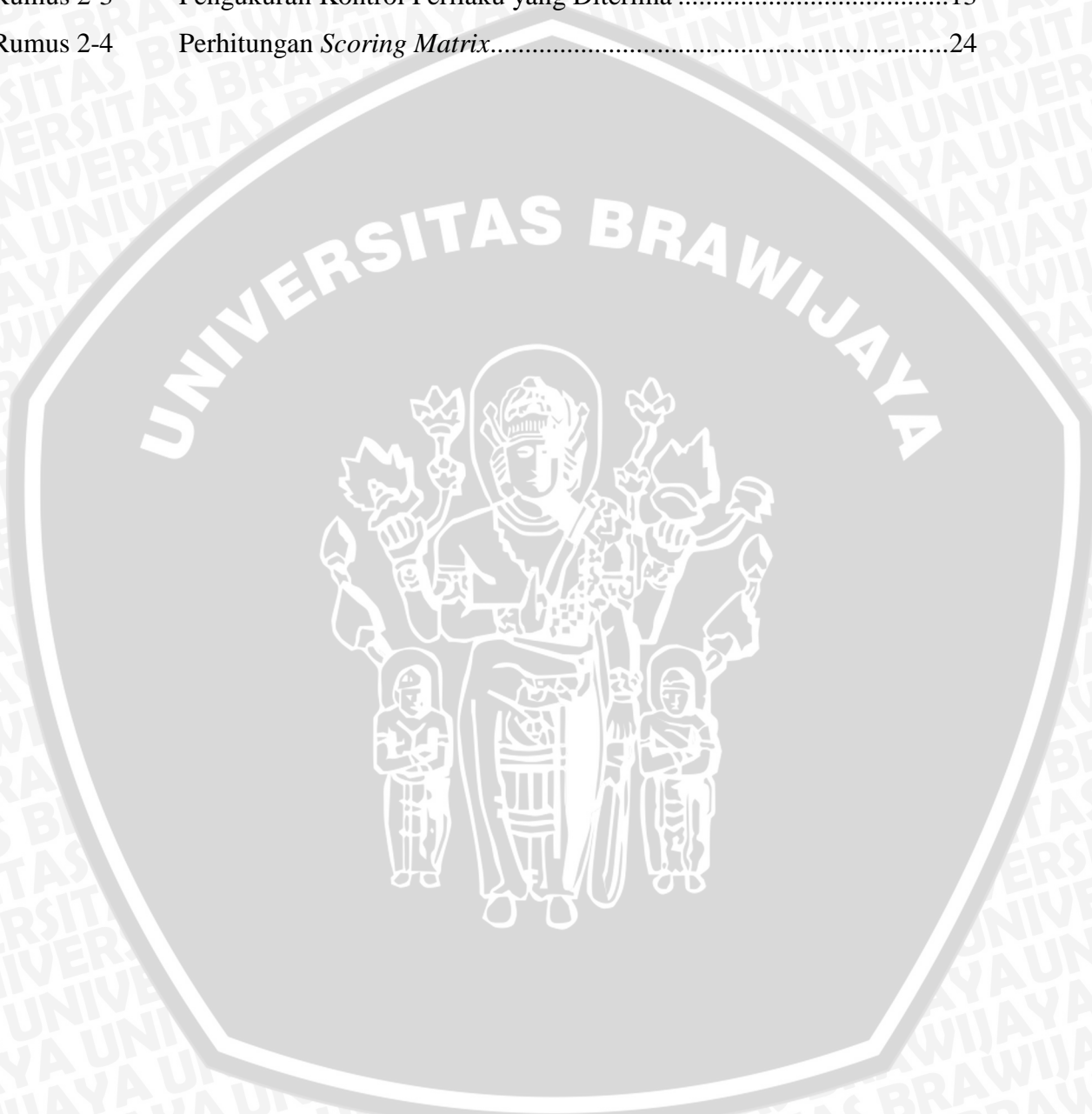


Gambar 4.18	<i>Fishbone</i> diagram rendahnya intensi mahasiswa terhadap profesi sales	63
Gambar 4.19	Sesi diskusi dunia kerja	67
Gambar 4.19	Sesi <i>testimony sharing</i> kepala cabang	67
Gambar 4.19	Sesi <i>testimony sharing salesman</i>	67
Gambar 4.20	Strategi perekrutan efektif	71



DAFTAR RUMUS

No.	Judul	Halaman
Rumus 2-1	Pengukuran Sikap.....	11
Rumus 2-2	Pengukuran Norma Subjektif.....	12
Rumus 2-3	Pengukuran Kontrol Perilaku yang Diterima.....	13
Rumus 2-4	Perhitungan <i>Scoring Matrix</i>	24



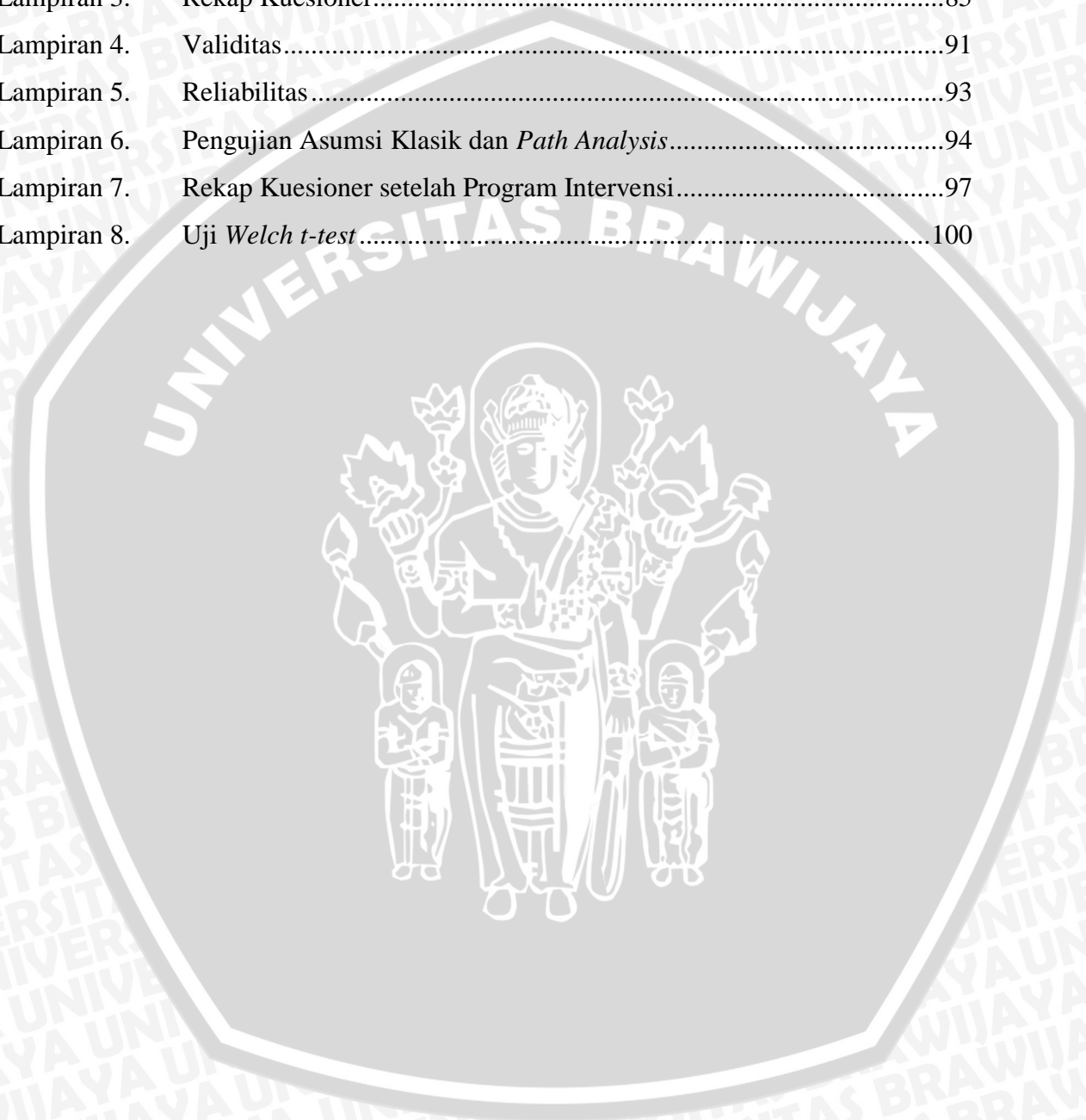
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

(Halaman ini sengaja dikosongkan)



DAFTAR LAMPIRAN

No.	Judul	Halaman
Lampiran 1.	Kuesioner Minat Terhadap Program Kemitraan Auto 2000	77
Lampiran 2.	Profil Responden	81
Lampiran 3.	Rekap Kuesioner.....	85
Lampiran 4.	Validitas.....	91
Lampiran 5.	Reliabilitas	93
Lampiran 6.	Pengujian Asumsi Klasik dan <i>Path Analysis</i>	94
Lampiran 7.	Rekap Kuesioner setelah Program Intervensi.....	97
Lampiran 8.	Uji <i>Welch t-test</i>	100





(Halaman ini sengaja dikosongkan)



DAFTAR ISTILAH

ATT, Attitude Towards The Behavior, penilaian positif atau negatif individu terhadap perilaku tertentu.

BB, Behavior Beliefs, keyakinan individu mengenai konsekuensi positif atau negatif dari perilaku tertentu.

CB, Control Beliefs, faktor pendukung atau penghambat untuk memunculkan sebuah perilaku.

ITT, Intensi, merupakan niat dari individu untuk melakukan perilaku tertentu.

MtC, Motivation to Comply, motivasi individu untuk memenuhi harapan dari orang lain.

NB, Normative Beliefs, keyakinan mengenai kesetujuan atau ketidaksetujuan yang berasal dari orang lain.

OE, Outcome Evaluation, evaluasi individu terhadap konsekuensi yang akan ia dapatkan dari sebuah perilaku.

PBC, Perceived Behavioral Control, persepsi individu mengenai kemudahan atau kesulitan untuk melakukan perilaku tertentu.

PoCF, Power of Control Factor, kekuatan perasaan individu akan setiap faktor pendukung atau penghambat perilaku.

SAS, Sales Assistant, program kemitraan mitra penjual Auto 2000, dimana nantinya mitra dari Auto 2000 berhak untuk melakukan penjualan kendaraan Toyota dan mendapatkan keuntungan finansial dan non finansial dari Auto 2000.

SN, Subjective Norm, persepsi individu tentang tekanan sosial untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku tertentu.

TPB, Theory of Planned Behavior, konsep teori perilaku yang merupakan pengembangan dari *theory reasoned action*, konsep ini terdiri atas 3 faktor pembentuk perilaku, yaitu *attitude towards behavior*, *subjective norm*, dan *perceived behavior control*.

TRA, Theory Reasoned Action, konsep teori perilaku yang dikemukakan oleh Fishbein dan Ajzen, dimana konsep ini terdiri atas 2 faktor pembentuk perilaku, yaitu *attitude towards behavior* dan *subjective norm*.

V, Vehicle, *dealer* Auto 2000 yang memiliki layanan penjualan kendaraan.

VSP, Vehicle Service Part, *dealer* Auto 2000 yang memiliki layanan yang terdiri atas penjualan kendaraan dan perbaikan kendaraan.

VSPBP, Vehicle Service Part Body Painting, *dealer* Auto 2000 yang memiliki layanan yang terdiri atas penjualan kendaraan, perbaikan kendaraan dan cat kendaraan.





(Halaman ini sengaja dikosongkan)



RINGKASAN

Raynaldo Ignatius Tiwa Handoyo, Jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Brawijaya, Juli 2016, Pengaruh Program Intervensi Terhadap Intensi Mahasiswa Pada Profesi *Salesman* Dengan Metode *Theory of Planned Behavior*, Dosen Pembimbing: Yeni Sumantri dan Agustina Eunike.

PT. Astra International Tbk – Toyota Sales Operation (Auto 2000) merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang retailer kendaraan bermotor dengan merek Toyota. Auto 2000 menawarkan tiga pelayanan, yaitu penjualan kendaraan, perbaikan, dan penjualan *sparepart*. Pendapatan terbesar Auto 2000 didapatkan dari penjualan kendaraan sehingga peran dari salesman menjadi krusial bagi perusahaan. Namun profesi dari *salesman* kurang diminati khususnya pada *freshgraduate* sehingga perusahaan kesulitan untuk mendapatkan salesman. Oleh karena itu perlu dilakukan program intervensi untuk meningkatkan intensi mahasiswa pada profesi *salesman*.

Pengukuran intensi pertama dilakukan secara online kepada mahasiswa yang sudah menempuh minimal 6 semester. Pengukuran intensi kedua dilakukan setelah responden mengikuti program intervensi. Metode pengukuran intensi yang digunakan dalam penelitian ini dengan metode *Theory of Planned Behavior*. Nilai pengaruh dari faktor-faktor pembentuk intensi diperoleh dengan menggunakan *path analysis*, sehingga dapat diketahui faktor mana yang memberikan pengaruh paling besar. Dalam membuat program intervensi, dilakukan analisis dengan menggunakan *fishbone diagram* untuk mengetahui rendahnya minat mahasiswa pada profesi *salesman*, untuk pemilihan program intervensi dilakukan penilaian dengan *pugh matrix*, dan selanjutnya dilakukan implementasi. Setelah itu dilakukan pengukuran intensi yang kedua.

Hasil dari penelitian menunjukkan pengaruh yang diberikan dari faktor sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang diterima masing-masing sebesar 0,280, 0,107, dan 0,176. Nilai-nilai tersebut dijadikan pertimbangan untuk memilih faktor mana yang akan digunakan untuk melakukan program intervensi. Nilai faktor sikap menunjukkan nilai yang paling besar, sehingga program intervensi yang dilakukan dibuat untuk melakukan intervensi terhadap sikap. Berdasarkan *fishbone diagram*, diketahui bahwa penyebab rendahnya intensi mahasiswa disebabkan oleh tidak memiliki pengalaman dalam berjualan, minimnya aktivitas branding oleh perusahaan dan tidak memiliki rolemodel sukses dari *salesman*. Program intervensi yang dilakukan adalah program pengenalan pengembangan karir di Auto 2000. Intensi yang didapatkan dari responden meningkat secara signifikan setelah mengikuti program intervensi namun hasil ini tidak membentuk perilaku secara langsung pada responden.

Kata kunci: theory of planned behavior, path analysis, salesman

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

(Halaman ini sengaja dikosongkan)



SUMMARY

Raynaldo Ignatius Tiwa Handoyo, Industrial Engineering, Brawijaya University, July 2016, The effect of Intervention Program Towards Students' Intention on Salesman Profession by Theory of Planned Behavior Method, Academic Supervisor: Yeni Sumantri and Agustina Eunike.

PT. Astra International Tbk – Toyota Sales Operation (Auto 2000) is a company that operates as vehicle retailer under the brand of Toyota. Auto 2000 provides three services, which are sales, repair, and spare-part. Auto 2000's biggest income is earned from vehicle selling, hence the role of salesman is crucial for the company. However, salesman profession is not an attractive role, especially among fresh graduated people, hence companies are quite struggled in finding salesman to hire. Therefore, intervention program is needed to increase students' intention on salesman profession.

The measurement of students' intention started with online surveys to college student who passed minimum the 6th semester. Then, the measurement would be done after the respondents follow the intervention program. Theory of Planned Behavior is used in this research to measure students' intention. Path analysis is used for knowing the values of intentional factors. It is aimed for having the most influencing factor. Furthermore, the low rate of students' preference for salesman profession is analyzed using fishbone diagram, then for selecting and implementing the intervention program is done by the pugh matrix. Thus analyzes of the intentional alteration happened before and after implementing the intervention program.

The result shows the alteration given by the attitude factor, subjective norm, and behavior control received each is equal to 0.280, 0.107, and 0.176. Those values are used as consideration to choose, which factor would be used to execute the intervention program. The biggest value is attitude factor, thus the intervention program will be executed to do an intervention for attitude. Based on fishbone diagram, the low rate of students' intention is caused by lack of experience in selling activities, lack of company's branding activities and lack of successful role model from the salesman. The intervention program that is executed is introduction of career development program in Auto 2000. The result received from the respondents shows that students' intention increase significantly after following intervention program, but the result does not figure direct behavior for the respondents.

Keywords: theory of planned behavior, path analysis, salesman





(Halaman ini sengaja dikosongkan)

