

SALES PERFORMANCE DAN FAKTOR YANG MEMPENGARUHINYA

Ayu Magdalena¹, Praptini Yulianti², Muh. Asrori Afandi³
^{1,2,3} Universitas Airlangga Surabaya

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of organizational justice, intrafirm competition, and salesperson organization fit on salesperson deviance workplace behavior and their impact on sales performance. This study uses a quantitative approach, with the method of collecting data through a questionnaire. The number of samples in this study was 108 employees. The analysis technique used is Partial Least Square (PLS). This study indicates that (1) organizational justice and intrafirm competition have a negative and significant effect on deviance workplace behavior. (2) intrafirm competition has a positive and significant effect on deviance workplace behavior. (3) salesperson organization fit has a negative and insignificant effect on deviance workplace behavior. (4) deviance workplace behavior has a negative and significant effect on the sales performance of sales force employees in the banking industry.

Keywords : Deviance Workplace Behavior; Intrafirm Competition; Organizational Justice; Salesperson Organization Fit; Sales Performance

Correspondence to : ayu.magdalena@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *organizational justice*, *intrafirm competition* dan *salesperson organization fit* terhadap *salesperson deviance workplace behaviour* dan dampaknya terhadap *sales performance*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan metode pengumpulan data melalui kuesioner. Jumlah Sampel dalam penelitian ini 108 karyawan. Teknik analisis yang digunakan adalah *Partial Least Square* (PLS). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa (1) *organizational justice* dan *intrafirm competition* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *deviance workplace behavior*. (2) *intrafirm competition* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *deviance workplace behavior*. (3) *salesperson organization fit* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *deviance workplace behavior*. (4) *deviance workplace behavior* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *sales performance* pada karyawan tenaga penjualan yang ada di industri perbankan.

Kata Kunci : Deviance Workplace Behavior; Intrafirm Competition; Organizational Justice; Salesperson Organization Fit; Sales Performance

Riwayat Artikel:

Received : 11 Januari 2021

Revised : 10 Mei 2021

Accepted : 29 Juni 2021

PENDAHULUAN

Pertumbuhan industri perbankan di Indonesia ditandai dengan adanya digitalisasi, persaingan suku bunga, dan persaingan mengumpulkan dana pihak ketiga. Semakin meningkatnya pelaku usaha di dalam negeri, maka tingkat persaingan akan semakin tinggi. Pelaku usaha akan meningkatkan kompetisi untuk mendapatkan keuntungan yang tinggi.

(Ananta, 2019). Banyak cara yang dapat dipakai oleh pelaku usaha untuk meningkatkan keuntungan, salah satunya melakukan aktifitas pemasaran yang intens agar produk dipakai oleh pelanggan. Di industri perbankan, terdapat divisi khusus yang menangani kegiatan pemasaran produk perbankan yang terdiri dari staf perbankan disebut *salesperson*.

Salesperson merupakan aspek penting bagi perbankan, sehingga ada baiknya jika

organisasi memperlakukan mereka sesuai dengan kinerjanya. Seiring meningkatnya persaingan di pasar, interaksi antara *customer* dengan karyawan dalam industri jasa menjadi lebih penting bagi keberhasilan organisasi. Perilaku dari *salesperson* termasuk didalamnya perilaku negatif, akan mempengaruhi tidak hanya seberapa baik organisasi penjualan beroperasi secara internal, tetapi seberapa baik organisasi penjualan beroperasi secara eksternal, meliputi relasi dengan *customer*, *cross selling* dan *up selling* produk dan layanan. (Jelinek dan Ahearne, 2006).

Beberapa hal yang mendasari penelitian ini adalah penurunan kinerja *salesperson* pada Bank X dari tahun 2018-2019, yang ditunjukkan dengan banyaknya *salesperson* berstatus *underperform* saat diterapkannya skema *sales dedicated* untuk kantor cabang. (Tabel 1.1)

TABEL 1. Sales Performance Bank X Periode 2018-2019

No	Tahun	Total Sales	Rata-rata Jumlah Sales Perform		Rata-rata Jumlah Sales Under Perform		Rata-rata Jumlah Sales Terminate	
			Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%
1	2018	333	98	29%	198	71%	37	11%
2	2019	330	77	23%	197	77%	56	17%

Dari hasil ulasan dan literatur tentang penyimpangan dan penjualan profesional dengan wawancara lapangan informal yang dilakukan di berbagai industry, khususnya jasa keuangan dalam hal ini industri perbankan, muncul beberapa faktor seperti birokrasi, *distributive justice*, *procedural justice*, orientasi masa depan, peran manajemen dan *intrafirm competition* (Jelinek, 2006). Disisi lain perusahaan mencari karyawan dengan perasaan kompetitif dan berperilaku sesuai dengan nilai perusahaan atau *person organization fit* (Jelinek, 2010).

Salesperson Organization Fit (SO-Fit) disebut sebagai kesesuaian dari sifat pribadi, kepercayaan dan nilai tenaga penjualan terhadap budaya, kebutuhan, norma dan nilai dalam organisasi (Jelinek, 2010). Menurut Astakhova (2015), *organization fit* dikaitkan dengan peningkatan kepuasan kerja, kinerja, komitmen organisasi dan pekerjaan serta pengurangan *turnover*. Berdasarkan *social*

exchange theory, sikap dan perilaku *salesperson* adalah hasil dari transaksi dan hubungan pertukaran antara *salesperson* dan organisasi mereka. Dengan menerapkan *social exchange theory*, seseorang dapat mempertimbangkan *deviant behaviour* sebagai konsekuensi dari perlakuan yang tidak adil atau *social exchange* yang tidak menguntungkan antara karyawan dan organisasi mereka. (Haldorai dan Kim, 2020)

Deviant workplace behavior (DWB) yang dilakukan oleh *salesperson* akan mempengaruhi kinerja *salesperson* tersebut yang selanjutnya akan mempengaruhi kinerja pada Bank (Bennett dan Robinson, 2000). Seperti yang diungkapkan Rodriguez (2012), perilaku penjualan yang relasional merupakan kunci dari kinerja penjualan berorientasi eksternal. Dalam *organizational deviance* dan *interpersonal deviance*, perilaku menyimpang berdampak secara internal bagi perusahaan.

Penelitian ini akan mengambil responden *salesperson* karena mereka merupakan ujung tombak industry perbankan dalam menjalin hubungan kerjasama dengan pihak luar. Semua kegiatan baik itu positif dan negatif yang mereka lakukan tentunya akan berdampak pada performa perusahaan ke depannya. Penelitian ini mengamati bagaimana faktor penentu dalam diri seorang tenaga penjual yaitu *organizational justice*, *intrafirm competition* dan *person organization fit* dapat mendorong mereka melakukan perilaku menyimpang didalam lingkungan kerja (*deviance workplace behaviour*) dan dampak dari perilaku menyimpang terhadap kinerja penjualan berbasis hasil (*sales performance*).

METODE PENELITIAN

Penelitian memakai pendekatan kuantitatif deskriptif dengan cara melakukan pengukuran secara formal, yaitu kuesioner, yang didesain sebagai subjek pada analisis statistik (Stangor. 2010). Penelitian ini adalah penelitian kausalitas. Menurut Malhotra (2007), penelitian kausalitas adalah tipe penelitian yang dimaksudkan untuk memperoleh bukti tentang hubungan sebab akibat antara variabel independen (yang mempengaruhi) dan variabel dependen (yang dipengaruhi).

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel eksogen, adalah variabel yang tidak dipengaruhi oleh variabel lain didalam model penelitian. Yang termasuk dalam variabel eksogen adalah *Organizational Justice*, *Intrafirm Competition*, *Person Organization Fit* (X).
2. Variabel endogen, adalah variabel yang telah memperoleh pengaruh dari satu atau beberapa variabel lain didalam model (Hair *et al*, 2010:637). Dalam model, variabel endogen digambarkan sebagai variabel yang menerima arah anak panah dari variabel eksogen (Hair *et al*, 2010:637). Ada dua jenis variabel endogen, yaitu:
 - a. Variabel endogen intervening, diartikan sebagai variabel yang memperoleh pengaruh dari variabel prediktor (eksogen) kemudian mempengaruhi variabel endogen dependen (Stangor, 2010:172). Yang menjadi variabel endogen intervening di dalam penelitian adalah *Deviance Workplace Behaviour* (Z).
 - b. Variabel endogen dependen. Yang menjadi variabel endogen dependen adalah *Outcome Based Sales Performance* (Y).

Definisi Variabel Operasional

Organizational Justice

Distributive Justice, indikator-indikator variabel *distributive justice* merupakan pengembangan dari Jelinek *et.al* (2006) meliputi:

- a. Organisasi menghargai hasil kerja karyawan.
- b. Terdapat kesesuaian antara yang diterima karyawan dengan tantangan pekerjaan yang dilakukan.
- c. Terdapat kesesuaian antara hasil yang diterima dengan kontribusi terhadap organisasi.

Procedural Justice, indikator-indikator variabel *procedural justice* merupakan pengembangan dari Jelinek *et.al* (2006) meliputi:

- a. Manajer memperlakukan karyawan dengan baik
- b. Manajer mempertimbangkan pendapat karyawan.
- c. Manajer menunjukkan kepedulian terhadap hak-hak karyawan.

Intrafirm Competition

Dalam penelitian ini indikator-indikator variabel *intrafirm competition* merupakan pengembangan dari Jelinek *et al*. (2006) meliputi:

- a. Banyak persaingan *salesperson* di tempat kerja.
- b. Budaya di tempat kerja sangat kompetitif.
- c. Adanya sistem pemeringkatan di tempat kerja berbasis hasil.

Salesperson Organization Fit

Dalam penelitian ini indikator-indikator variabel *salesperson organization fit* merupakan pengembangan dari Jelinek *et al* (2010) meliputi:

- a. Terdapat kecocokan nilai pribadi dengan organisasi tempat bekerja.
- b. Organisasi tempat bekerja memiliki nilai yang sama dengan yang dilakukan karyawan jika berhubungan dengan orang lain.
- c. Organisasi tempat bekerja memiliki nilai yang sama dengan yang dilakukan karyawan jika berhubungan dengan kejujuran.
- d. Organisasi tempat bekerja memiliki nilai yang sama dengan yang dilakukan karyawan jika berhubungan dengan keadilan.

Deviance Workplace Behaviour

Organizational Deviance, indikator-indikator variabel *organizational deviance* merupakan pengembangan dari Jelinek (2010) meliputi:

- a. Tidak melakukan banyak pekerjaan sekalipun bekerja diluar kantor.
- b. Menunda pekerjaan untuk melakukan hal pribadi.
- c. Melakukan hal pribadi ketika seharusnya bekerja
- d. Menggunakan sumber daya perusahaan (kertas, fax, fotokopi) untuk kepentingan pribadi.
- e. Memanipulasi laporan terkait pekerjaan.

Interpersonal deviance, indikator-indikator variabel *interpersonal deviance* merupakan pengembangan dari Jelinek (2010) meliputi:

- a. Menerima penghargaan dari hasil kerja orang lain.
- b. Berselisih dengan rekan kerja dan kolega.
- c. Mengkritisi rekan kerja dan kolega.

- d. Menyalahkan rekan kerja dan kolega saat ada sesuatu yang salah di tempat kerja.
- e. Mengatakan hal yang menyakitkan pada rekan kerja dan kolega.

Sales Performance

Dalam penelitian ini indikator-indikator variabel *sales performance* merupakan pengembangan dari Groza (2018) meliputi:

- a. Karyawan memiliki kemampuan menjual produk dengan margin tinggi.
- b. Karyawan mampu menghasilkan penjualan yang lebih tinggi saat ini.
- c. Karyawan memiliki kemampuan mencapai target penjualan perusahaan.
- d. Karyawan mampu meningkatkan pangsa pasar perusahaan tempat karyawan bekerja.
- e. Karyawan dapat dengan cepat menjual produk terhadap nasabah baru.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi di dalam penelitian adalah *salesperson* industri perbankan pria dan wanita Bank X di Surabaya dan sekitarnya yang pernah dan masih bekerja sebagai tenaga penjual di industri perbankan.

Penentuan sampel dilakukan dengan memakai metode *non-probability sampling*, dengan cara *judgement sampling*. *Judgement sampling* (yang sering dikenal sebagai *purposive sampling*) merupakan metode penetapan sampling pemilihan sampel yang dilakukan oleh peneliti dengan kriteria tertentu (Cooper & Schindler, 2001:163).

Jumlah ukuran sampel yang digunakan untuk analisa SEM berdasarkan *Maximum Likelihood* adalah sebesar 100-200. Pedoman pengambilan sampel bergantung pada jumlah parameter yang diestimasi, 5-10 kali jumlah parameter yang diestimasi. Berdasarkan penentuan sampel diatas maka dalam penelitian ini jumlah sampel adalah 5×8 indikator = 40. Jumlah ini adalah jumlah minimal dari responden yang dapat digunakan sebagai sampel penelitian. (Ghozali, 2008)

Proses seleksi dilakukan dengan cara mencari responden yang bekerja di bidang penjualan industri perbankan. Kuesioner disebarkan langsung oleh peneliti kepada responden yang bekerja di industri perbankan wilayah Surabaya. Pemilihan lokasi penyebaran kuisisioner di wilayah Surabaya dilakukan untuk mendapatkan responden penelitian dengan karakteristik yang lebih

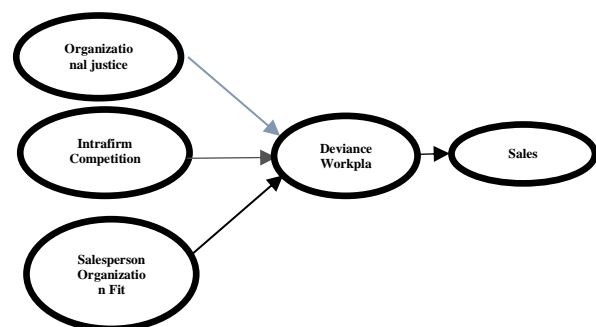
detail untuk memperkuat spesifikasi hasil penelitian dan lebih *reliable* untuk diaplikasikan.

Teknik Pengumpulan Data

Penggunaan prosedur pengumpulan data ditujukan untuk memperoleh data yang diperlukan dengan cara menyusun kuesioner yang berisi seperangkat pertanyaan secara sistematis untuk disebarkan.

Model Analisis

Model analisis pada penelitian ini merujuk pada studi yang dilakukan oleh Ronald Jelinek *et al.* (2006) & (2010). Dalam proses kajian teori, dapat diidentifikasi bahwa *organizational justice*, *intrafirm competition*, *salesperson organization fit* mempengaruhi penyimpangan tenaga penjual (*deviance workplace behaviour*) dan pada akhirnya perilaku menyimpang dari tenaga penjual ini akan memberi pengaruh terhadap kinerja penjualan mereka (*sales performance*).



Gambar. 1
Model Analisis Penelitian

Teknik Analisis Data

Uji hipotesis penelitian melalui pendekatan *Structural Equation Model* (SEM) berbasis *Partial Least Square* (PLS). Latan dan Ghozali (2012) berpendapat bahwa PLS merupakan pendekatan lain yang mengalami pergeseran dari pendekatan SEM *covariance* menjadi berbasis varian. Teknik analisis memakai teknik PLS dua tahap, yaitu:

1. Tahap I : uji *measurement model*, yaitu uji validitas dan reliabilitas konstruk dari setiap indikator.
2. Tahap II : uji *structural model*, yaitu untuk menguji ada atau tidaknya pengaruh antar variabel/korelasi antar konstruk yang diukur memakai uji t dari PLS.

Measurement (Outer) Model

Penelitian memakai kuesioner untuk mengumpulkan data penelitian. Bertujuan

mengukur validitas dan reliabilitas dari kuesioner, program yang dipakai adalah SmartPLS 3.0. Prosedur uji validitas yaitu *convergent validity* (korelasi skor item /*component score*) dengan *construct score* untuk memperoleh *loading factor*. Nilai *loading factor* 0,5 - 0,6 dapat diterima untuk penelitian yang masih dalam tahap pengembangan (Ghozali, 2008). Reliabilitas digunakan untuk mengetahui seberapa besar hasil atau pengukuran dapat dipercaya, juga memberikan hasil pengukuran yang relatif konsisten setelah dilakukan beberapa kali pengukuran. Tingkat reliabilitas variabel penelitian diukur dengan *composite reliability*.

Structural (Inner) Model

Uji *structural model* bertujuan untuk mengetahui hubungan antara konstruk yang diukur, yaitu uji t dari *partial least square*. *Structural/inner model* diukur dengan cara melihat nilai *R-Square model* yang menunjukkan seberapa besar pengaruh antar variabel dalam model. Lalu melakukan estimasi koefisien jalur yang merupakan prediksi hubungan jalur dalam model struktural yang didapatkan melalui prosedur *bootstrapping* dengan nilai yang dianggap signifikan apabila nilai t statistik > 1,65 (*significance level* 5%) untuk setiap korelasi jalurnya.

HASIL PENELITIAN

Deskripsi Profil Responden Penelitian

Responden dalam penelitian ini adalah staf bidang *selling* yang ada di industri perbankan sebanyak 108 orang. Deskripsi profil dari 108 karyawan yang menjadi sampel penelitian meliputi usia, jenis kelamin, pendidikan, level jabatan dan lama bekerja dapat diuraikan sebagai berikut.

TABEL 2. Profil Usia Responden

Usia	Frekuensi	Persentase (%)
< 25 tahun	10	9,3%
25 – 30 tahun	69	63,9%
31 – 35 tahun	17	15,7%
36 – 40 tahun	7	6,5%
> 40 tahun	5	4,6%
Total	108	100,0%

Validitas dan Reliabilitas

Convergent Validity

Convergent validity diukur menggunakan nilai *outer loading* dengan ketentuan *outer loading value* > 0,5 – 0,6. Selain menggunakan nilai *outer loading* evaluasi dari *convergent validity* juga dilakukan dengan *average variance extracted value* harus > 0,5.

TABEL 3. Nilai Outer Loading & AVE

Variabel	Indikator	Nilai Outer Loading	Average Variance Extracted (AVE)
Organizational Justice (Distributive Justice)	DJ1	0,864	0,622
	DJ2	0,876	
	DJ3	0,864	
	DJ4	0,825	
	DJ5	0,710	
Organizational Justice (Procedural Justice)	PJ1	0,762	0,674
	PJ2	0,853	
	PJ3	0,851	
	PJ4	0,852	
	PJ5	0,747	
Intrafirm Competition	IC1	0,832	0,719
	IC2	0,776	
	IC3	0,883	
	IC4	0,843	
	IC5	0,766	
Salesperson Organization Fit	SOF1	0,867	0,586
	SOF2	0,855	
	SOF3	0,755	
	SOF4	0,916	
	SOF5	0,840	
Organizational Deviance (Deviance Workplace Behaviour)	OD1	0,751	0,750
	OD2	0,858	
	OD3	0,880	
	OD4	0,856	
	OD5	0,812	
Interpersonal Deviance (Deviance Workplace Behaviour)	ID1	0,717	0,900
	ID2	0,816	
	ID3	0,774	
	ID4	0,799	
	ID5	0,878	
Sales Performance	SP1	0,822	0,750
	SP2	0,868	
	SP3	0,892	
	SP4	0,847	
	SP5	0,900	

Menurut Tabel 3 diperoleh nilai *outer loading* dari tiap-tiap indikator untuk seluruh variabel yang menyusun model struktural sudah memiliki nilai $> 0,50$, sehingga dapat dikatakan bahwa indikator pertanyaan dalam model struktural telah memenuhi *convergent validity*.

Discriminant Validity

Evaluasi *discriminant validity* dengan nilai *cross-loading* menunjukkan bahwa nilai *outer loading* item pernyataan yang ada pada setiap variabel penelitian sudah memiliki nilai yang paling besar pada variabel yang disusunnnya.

Composite Reliability

TABEL 4. Nilai *Composte Reliability* dan *Cronbach Alpha*

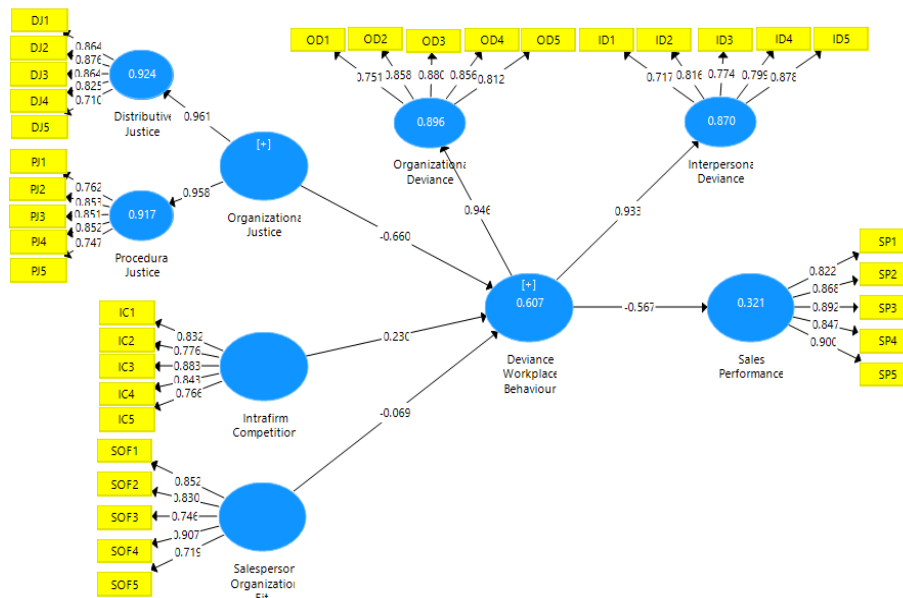
Variabel	Composite Reliability	Cronbach Alpha
Organizational Justice	0,943	0,932
Intrafirm Competition	0,912	0,879
Salesperson Organization Fit	0,911	0,927
Deviance Workplace Behaviour	0,933	0,920
Sales Performance	0,937	0,918

Menurut Tabel 4 diperoleh hasil bahwa setiap variabel dalam model penelitian memiliki nilai *composite reliability* $> 0,7$. Selanjutnya, untuk nilai *cronbach alpha* juga diperoleh keseluruhan nilai $> 0,70$. Dari hasil evaluasi dapat disimpulkan bahwa setiap variabel penelitian telah memenuhi *composite reliability*.

Analisis Partial Least Square (PLS)

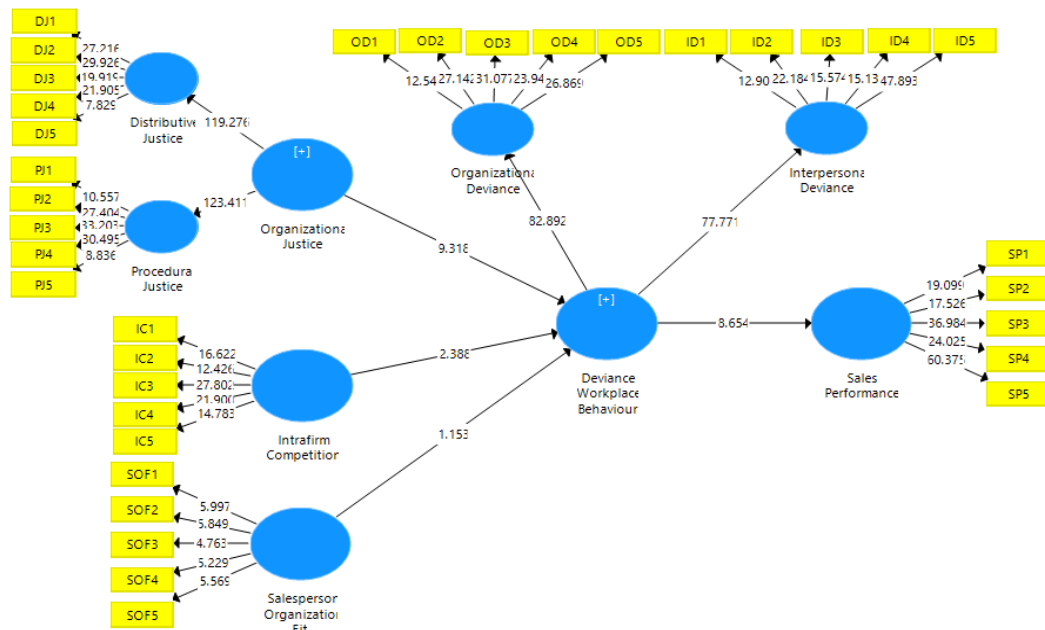
Menggunakan metode statistik SEM *Partial Least Square (PLS)* menggunakan Smart PLS 3.2.9. Model struktural *partial least square* penelitian disusun berdasarkan pengukuran gabungan antara *first order* dan *second order*:

Evaluasi Measurement / Outer Model



Gambar. 2 Hasil Estimasi *Algorithm Smart PLS*

Evaluasi Inner Model



Gambar. 3 Hasil Estimasi Bootstrapping Smart PLS

R-Square

TABEL. 5 Nilai R-square

Variabel	R Square
Deviance Workplace Behaviour	0,607
Sales performance	0,321

Pada jalur antara variabel *organizational justice*, *intrafirm competition* dan *salesperson organization fit* terhadap *deviance workplace behaviour* diperoleh nilai *R-square* sebesar 0,607 yang memiliki arti bahwa keragaman persepsi karyawan atas *deviance workplace behaviour* dapat dijelaskan oleh persepsi pada variabel *organizational justice*, *intrafirm competition* dan *salesperson organization fit* sebesar 60,7%. Sementara itu, pada jalur antara *deviance workplace behaviour* terhadap *sales performance* diperoleh nilai *R-square* sebesar 0,321 yang memberikan arti bahwa keragaman persepsi karyawan atas *sales performance* dapat dijelaskan oleh persepsinya pada variabel *deviance workplace behaviour* sebesar 32,1%.

Inner Weight

TABEL 6. Pengaruh Langsung (Direct Effect)

Direct Effect	Original Sample	T-statistic	p-value	Keterangan
Organizational Justice → Deviance Workplace Behaviour	0,660	9,318	0,000	Signifikan
Intrafirm Competition → Deviance Workplace Behaviour	0,232	2,388	0,017	Signifikan
Salesperson Organization Fit → Deviance Workplace Behaviour	0,071	1,153	0,250	Tidak Signifikan
Deviance Workplace Behaviour → Sales Performance	0,567	8,654	0,000	Signifikan

PEMBAHASAN

Pengaruh *Organizational Justice* terhadap *Deviance Workplace Behaviour*

Menurut uji hipotesis I, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh negatif signifikan antara variabel *organizational justice* terhadap *deviance workplace behaviour* pada karyawan tenaga penjualan yang ada di industri perbankan. Hal ini konsisten dengan hipotesis yang menyatakan bahwa *organizational justice* berpengaruh signifikan dan negatif terhadap *deviance workplace behavior* yang dikembangkan dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Jelinek (2006).

Pengaruh *Intrafirm Competition* terhadap *Deviance Workplace Behaviour*

Menurut uji hipotesis II, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan antara variabel *intrafirm competition* terhadap *deviance workplace behaviour* pada karyawan tenaga penjualan yang ada di industri perbankan. Hal ini konsisten dengan hipotesis yang menyatakan bahwa *intrafirm competition* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *deviance workplace behavior* yang dikembangkan dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Jelinek (2006).

Pengaruh *Salesperson Organization Fit* terhadap *Deviance Workplace Behaviour*

Menurut uji hipotesis III, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh negatif signifikan antara variabel *salesperson organization fit* terhadap *deviance workplace behaviour* pada karyawan tenaga penjualan yang ada di industri perbankan. Hal ini tidak konsisten dengan hipotesis yang menyatakan bahwa *salesperson organization fit* berpengaruh signifikan dan negatif terhadap *deviance workplace behavior* yang dikembangkan dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Jelinek (2010). Namun hasil uji hipotesis tersebut konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Demir (2015) yang mengambil responden pada karyawan hotel di Turki. Dalam penelitiannya, disimpulkan bahwa *person organization fit* berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap *deviance behavior*.

Pengaruh *Deviance Workplace Behaviour* terhadap *Sales Performance*

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang keempat, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh negatif signifikan antara variabel *deviance workplace behaviour* terhadap *sales performance* pada karyawan tenaga penjualan yang ada di industri perbankan. Hasil ini memberikan arti bahwa semakin tinggi nilai dari *deviance workplace behaviour* maka kemungkinannya *sales performance* akan menjadi rendah. Hal ini konsisten dengan hipotesis yang menyatakan bahwa *deviance workplace behaviour* berpengaruh signifikan dan negatif terhadap *sales performance* yang dikembangkan dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Jelinek (2006) dan Jung (2019).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis dengan menggunakan *Partial Least Square (PLS)* dan pembahasan hasil penelitian ini dapat ditarik simpulan bahwa *Organizational justice* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *deviance workplace behavior*. kedua bahwa *Intrafirm competition* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *deviance workplace behavior*. Ketiga bahwa *Salesperson organization fit* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *deviance workplace behavior*. Keempat bahwa *Deviance workplace behavior* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *sales performance* pada karyawan tenaga penjualan yang ada di industri perbankan.

DAFTAR PUSTAKA

- Akram, Tayyaba, et al. 2020. "The Impact Of Organizational Justice On Employee Innovative Work Behavior: Mediating Role Of Knowledge Sharing". *Journal of Innovation And Knowledge* 5, 117-129.
- Ambrose, Maureen L, 2002. " *Contemporary Justice Research: A New Look At Familiar Questions*". *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 89, 803-812.
- Ananta, Yanurisa. 2019. *Persaingan Perbankan Makin Ketat, OJK Minta Perbankan Konsolidasi*.

- (<https://www.cnbcindonesia.com/market/20190219142522-17-56383/persaingan-perbankan-makin-ketat-ojk-minta-bank-konsolidasi>, diakses 14 November 2020)
- Asthakova, Marina N. 2016. "Explaining The Effects Of Perceived Person-Supervisor Fit And Person-Organization Fit On Organizational Commitment In The U.S. And Japan". *Journal of Business Research* 69, 956-963.
- Bennett, Rebecca J., and Sandra L. Robinson. 2000. "Development of a Measure of Workplace Deviance," *Journal of Applied Psychology*, 85 (3), 349–360.
- Bodla, Ali Ahmad, et al. 2018. "Authoritarian Leadership, Organizational Citizenship Behavior, And Organizational Deviance Curvilinear Relationships". *Leadership & Organization Development Journal* 40 (5), 583-599.
- Christopher, M., Payne, A. and Ballantyne, D. 1991. "Relationship Marketing: Bringing Quality, Customer Service and Marketing Together".
- Cooper, D.R., Schindler, P.S., 2001. *Business Research Methods*, eighth ed. McGraw Hill/Irwin, New York.
- Darrat, M.A., et al. 2016. *Examining The Impact Of Job Embeddedness On Salesperson Deviance: The Moderating Role Of Job Satisfaction*, *Industrial Marketing Management*.
- Ghozali, Imam. 2008 "Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Square". Semarang : Badan Penerbit – Universitas Diponegoro
- Groza, Mark D. 2018. "Salesperson Regulatory Knowledge And Sales Performance". *Journal Of Business Research* 89, 37-46.
- Hair Jr., J.F., Black, W.C., Babin, B.J., Anderson, R.E., 2010. *Multivariate Data Analysis. A Global Perspective*, seventh edition Prentice Hall, Upper Saddle River, NJ.
- Haldorai, Kavitha, Woo Gon Kim, et al. 2020. "Workplace spirituality as a mediator between ethical climate and workplace deviant behavior". *International Journal of Hospitality Management* 86.
- Hamstra, Melvyn R. W., et al. 2018. "Does Employee Perceived Person-Organization Fit Promote Performance? The Moderating Role Of Supervisor Perceived Person-Organization Fit". *European Journal of Work and Organizational Psychology*.
- Imamoglu, Salih Zeki, et al. 2019. "The Effect of Organizational Justice and Organizational Commitment on Knowledge Sharing and Firm Performance". *Procedia Computer Science* 158, 899-906.
- Jelinek, Ronald, Michael Ahearne. 2006. "The Enemy Within : Examining Salesperson Deviance and Its Determinants". *Journal of Personal Selling & Sales Management*, XXVI (4), 327–344.
- Jelinek, Ronald, Michael Ahearne. 2010. "Be Careful What You Look For: The Effect of Trait Competitiveness and Long Hours on Salesperson Deviance and Whether Meaningfulness of Work Matters". *Journal of Marketing Theory and Practice*, 18 (4), 303–321.
- Jung, Jin Ho, Jaewon Yoo. 2019. "The Effects Of Deviant Customer-Oriented Behaviors On Service Friendship: The Moderating Role Of Co-Production". *Journal of Retailing and Consumer Services* 48, 60-69.
- Malhotra, N.K. 2007. *Marketing Research an Applied Orientation (5th Edition)*. New Jersey: Pearson Education
- Ndubisi, N.O. 2004. "Understanding The Salience Of Cultural Dimensions On Relationship Marketing, Its Underpinnings And Aftermaths". *Cross Cultural Management* 11 (3), 70-89.
- Rodrigues, P., Pinho, J. 2012. "The Impact Of Internal And External Market Orientation On Performance In Local

- Public Organizations*". Marketing Intelligence & Planning 30 (3), 284-306.
- Shannahan, Rachelle J., et al. 2017. "How salesperson perceptions of customers pro-social behaviors help drive salesperson performance". Industrial Marketing Management 62, 36-50.
- Stangor, Charles. 2010. *Introduction to Psychology : Changing Behaviour Through Reinforcement and Punishment*. 1st Canadian Edition.
- Wang, Z., Singh, S.N., Li, Y.J., Mishra, S., Ambrose, M., Biernat, M..2017. "Effects Of Employees' Positive Affective Displays On Customer Loyalty Intentions: An Emotions-Associational- Information Perspective". Academy Management Journal 60 (1), 109-129.