

**SKRIPSI**

**F. REGINA CAPRILIA**

**ANALISIS PENGARUH TEMPERAMEN TERHADAP  
PRESTASI KARYAWAN BAGIAN PEMASARAN  
DI CV. JONAN SURABAYA**



No. INDUK	3017/01
TGL TERIMA	14-03-01
<del>B. I</del> H/ DI H	
No. BUKU	FE-m Cap m-1
KOPI KE	1 (satu)

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA**

**2000**

**ANALISIS PENGARUH TEMPERAMEN TERHADAP  
PRESTASI KARYAWAN BAGIAN PEMASARAN  
DI CV. JONAN SURABAYA**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA  
Untuk memenuhi sebagian persyaratan  
Memperoleh gelar Sarjana Ekonomi  
Bidang Studi Manajemen

Oleh :

F. Regina Caprilia  
310305289

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
Maret 2000**

# LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang telah ditulis oleh F. Regina Caprilia NRP 3103095289

Telah disetujui pada tanggal *31 Maret 2000* ..... Dan dinyatakan lulus oleh

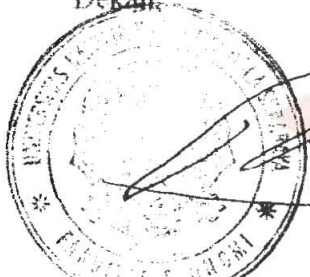
Ketua Tim Penguji



Drs. Ec. Wasito Hermawan

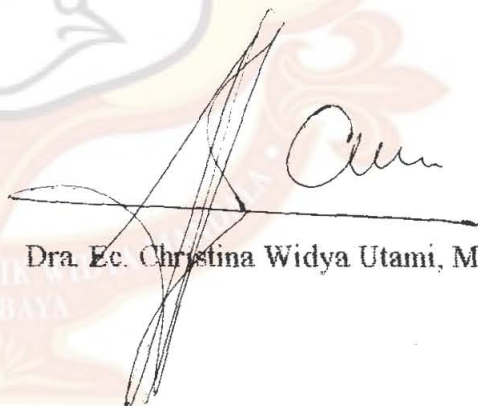
Mengetahui,

Dekan,



Drs. Ec. Bido Tanago, MBA

Ketua Jurusan,



Dra. Ec. Christina Widya Utami, MM

## KATA PENGANTAR

Topik yang menjadi dasar penulisan penelitian ini adalah pengaruh temperamen. Penulis mengangkatnya sebagai topik karena temperamen merupakan salah satu faktor yang dapat mendukung kinerja tenaga pemasar dalam melaksanakan tugasnya. Seperti kita ketahui bahwa dalam melaksanakan tugasnya, tenaga pemasar dituntut untuk mampu berkomunikasi dan bergaul dengan baik serta fleksibel dengan keadaan yang dihadapinya.

Untuk menunjang semuanya itu, selain faktor selalu belajar, faktor temperamen sebagai faktor asal ikut mempengaruhi kemampuan tenaga pemasar tersebut, karena temperamen disusun dapat diibaratkan sebagai bahan mentah yang bersama dengan Intelegensi dan fisik membentuk suatu kepribadian seseorang. Melalui pemilihan temperamen yang sesuai dapat membantu tenaga pemasar untuk memenuhi kewajibannya di dalam perusahaan sehingga apa yang diharapkan perusahaan maupun tenaga pemasar tersebut dapat tercapai.

Terkait dengan obyek yang diteliti, yaitu CV. Jonan, penulis memilih perusahaan tersebut karena produk yang diperdagangkan perusahaan tersebut bukan produk jadi yang mudah di jual seperti halnya makanan/minuman, tetapi produknya berupa bahan mentah (*aroma/flavour*) yang penjualannyapun langsung ke perusahaan-perusahaan industri, bukan melalui agen-agen penjualan sehingga untuk pemasarannyapun tidak semudah pemasaran produk jadi lainnya. Berdasarkan hal tersebut, maka untuk tenaga pemasar produk ini diperlukan



orang-orang yang benar-benar memiliki kemampuan dan pribadi yang sesuai dengan karakteristik sebagai tenaga pemasar.

Penulis menyadari bahwa masih ada kekurangan dalam penelitian ini, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan adanya kritik dan saran agar penelitian ini bisa menjadi lebih sempurna.

Akhir kata penulis secara pribadi mengucapkan puji syukur dan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberkati penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Selain itu penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah banyak membantu dalam penyusunan skripsi ini, antara lain :

1. Bapak. Drs. Ec. Rido Tanago, MBA selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala yang telah mendukung penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Soedjono Abipraja selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan tenaga untuk membimbing penulis selama penulisan skripsi ini.
3. Bapak Drs. Ec. Agus Sunarjanto, MM selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan tenaga untuk membimbing penulis selama penulisan skripsi ini.
4. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala yang telah memberikan pendidikan teoritis selama penulis mengikuti perkuliahan di Fakultas Ekonomi ini.

5. Bapak Joko .S.Psi selaku dosen psikologi Universitas Katolik Widya Mandala yang turut meluangkan waktunya untuk membimbing penulis selama penulisan skripsi ini.
6. Orang tua penulis yang telah memberikan dukungan, baik secara material maupun spiritual pada penulis selama ini.
7. CV. Jonan beserta karyawannya yang memberikan kesempatan pada penulis untuk melakukan penelitian yang dibutuhkan.
8. Untuk sahabatku, Lie Chien dan Michael yang telah banyak membantu dalam memberikan semangat dukungan baik material maupun spiritual selama ini.
9. Untuk semua teman-teman dari Senat Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala maupun yang lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang memerlukan.

Surabaya, Maret 2000

Penulis

## DAFTAR ISI

Kata Pengantar .....	i
Daftar Isi.....	iv
Daftar Tabel.....	vii
Daftar Lampiran .....	viii
<b>BAB 1. PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	3
1.3. Tujuan Penelitian.....	3
1.4. Manfaat Penelitian.....	3
1.5. Sistematika Penulisan.....	4
<b>BAB 2. TINJAUAN KEPUSTAKAAN</b>	
2.1. Landasan Teori.....	5
2.1.1. Pengertian dan Fungsi Manajemen Personalialia.....	5
2.1.2. Pengertian Personal Selling.....	8
2.1.2.1. Fungsi-fungsi Penjualan.....	9
2.1.2.2. Tugas dan Tanggung Jawab Tenaga Pemasar.	10
2.1.2.3. Personal Selling Yang Sukses .....	11
2.1.3. Temperamen.....	12
2.1.4. Penelaahan Temperamen.....	20
2.1.5. Keunikan Tiap Pribadi dan Faktor Penyebabnya .....	21



2.1.6. Teori Motivasi Mc. Clelland .....	25
2.1.7. System Penilaian Prestasi .....	26
2.1.8. Berprestasi Merupakan Kunci Keberhasilan .....	29
2.2. Hipotesis .....	30
<b>BAB 3. METODE PENELITIAN</b>	
3.1. Disain Penelitian .....	31
3.2. Identifikasi Variabel .....	31
3.3. Definisi Operasional .....	32
3.4. Jenis dan Sumber Data .....	32
3.5. Prosedur Penentuan Sampel .....	33
3.6. Prosedur Pengumpulan Data .....	34
3.7. Teknik Analisis .....	34
3.7.1. Analisis Regresi Linear Berganda .....	35
3.7.2. Analisis Korelasi Berganda .....	36
3.7.3. Sumbangan Efektif Prediktor .....	37
3.8. Pengujian Hipotesis .....	38
<b>BAB 4. PEMBAHASAN</b>	
4.1. Gambaran Umum Perusahaan .....	39
4.2. Analisis dan Pembahasan .....	43
4.2.1. Pengolahan Data .....	46
4.2.2. Pengujian Hipotesis .....	47
4.2.3. Pembahasan Penelitian .....	48
4.2.3.1. Secara Prediktor .....	48
4.2.3.2. Secara Total .....	50



BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan .....	52
5.2. Saran.....	53

DAFTAR KEPUSTAKAAN



## DAFTAR TABEL

Tabel 1	Data Skor Responden Tenaga Pemasar CV. Jonan untuk Temperamen dan Nilai Penjualan .....	45
---------	--	----



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Tampilan Pertanyaan Kuisisioner

Lampiran 2 : Tampilan Perhitungan Regresi dengan Program Microstat

Lampiran 3 : Tampilan Perhitungan SEP (Sumbangan Efektif Prediktor)

Lampiran 4 : Tabel Nilai Kritis Distribusi F

