



Pengaruh Kemampuan Interpersonal, Modal Psikologi, dan Dukungan Supervisor Terhadap Kinerja Tenaga Penjualan

Wulandari, Reny Nuraini, Fadillah Maghfiroh, Didit Darmawan, Siti Nur Halizah, Rahayu Mardikaningsih*

Fakultas Ekonomi, Program Studi Manajemen, Universitas Sunan Giri, Surabaya, Indonesia

Email: ¹Wulandari@gmail.com, ²Nuraini@gmail.com, ³Maghfiroh@gmail.com, ⁴dr.diditdarmawan@gmail.com,

⁵Halizah@gmail.com, ^{6,*}rahayumardikaningsih@gmail.com

Email Penulis Korespondensi: rahayumardikaningsih@gmail.com

Abstrak—Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana tiga faktor, yaitu kemampuan interpersonal, modal psikologi, dan dukungan supervisor berpengaruh dengan kinerja para tenaga penjualan dalam suatu bisnis. Dalam lingkungan bisnis yang semakin kompetitif, faktor-faktor ini dianggap memiliki peran krusial dalam membentuk performa individu dalam tim penjualan. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Kuesioner digunakan untuk mengukur kemampuan interpersonal, modal psikologi, dukungan supervisor, dan kinerja tenaga penjualan. Data yang terkumpul kemudian dapat dianalisis menggunakan teknik statistik seperti regresi linear berganda untuk menguji pengaruh antara variabel-variabel penelitian. Hasil analisis data menunjukkan bahwa kemampuan interpersonal memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja tenaga penjualan. Ini menegaskan pentingnya kemampuan berkomunikasi, membangun hubungan yang positif, dan mengelola interaksi sosial dalam mencapai hasil penjualan yang sukses. Selanjutnya, modal psikologi juga memiliki dampak yang signifikan terhadap kinerja tenaga penjualan. Faktor-faktor psikologis seperti keyakinan diri, motivasi, dan kesejahteraan psikologis dapat memotivasi dan mendorong tenaga penjualan untuk mencapai target dan mengatasi hambatan dengan lebih baik. Selain itu, temuan juga menunjukkan bahwa dukungan yang diberikan oleh supervisor memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja tenaga penjualan. Dukungan dalam bentuk arahan yang jelas, dan dukungan emosional dari supervisor dapat memotivasi dan membantu tenaga penjualan dalam mencapai tujuan penjualan yang ditetapkan.

Kata Kunci: Kemampuan Interpersonal; Modal Psikologi; Dukungan Supervisor; Kinerja Tenaga Penjualan

Abstract—This study aims to examine how three factors, namely interpersonal skills, psychological capital, and supervisor support influence the performance of salespeople in a business. In an increasingly competitive business environment, these factors are considered to have a crucial role in shaping individual performance in the sales team. The research method used is quantitative. Questionnaires are used to measure interpersonal skills, psychological capital, supervisor support, and salesperson performance. The collected data can then be analyzed using statistical techniques such as multiple linear regression to examine the influence of the research variables. The results of the data analysis show that interpersonal skills have a significant influence on salesperson performance. This emphasizes the importance of communication skills, building positive relationships, and managing social interactions in achieving successful sales results. Furthermore, psychological capital also has a significant impact on salesperson performance. Psychological factors such as self-confidence, motivation, and psychological well-being can motivate and encourage salespeople to achieve targets and overcome obstacles better. In addition, the findings also show that the support provided by supervisors has a significant effect on salesperson performance. Support in the form of clear directions, and emotional support from supervisors can motivate and assist salespeople in achieving set sales goals.

Keywords: Interpersonal Ability; Psychological Capital; Supervisory Support; Sales Force Performance

1. PENDAHULUAN

Rasa tidak aman pekerja muncul sebagai salah satu isu penting di kehidupan kerja. Perasaan tersebut membuat pekerja merasa terancam mengenai keberlanjutan karir pekerjaan di suatu organisasi (Greenhalg & Rosenbalt, 1984). Salah satu ancaman yang timbul dari ketidakamanan di tempat kerja adalah ketidakpastian pekerjaan, yang membawa implikasi terhadap aspek ekonomi dan kebutuhan hidup lainnya (Ashford *et al.*, 1989; Hartley *et al.*, 1991). Kesejahteraan individu, bersama dengan sikap dan perilaku jangka panjang mereka, dapat bergeser sebagai respons terhadap timbulnya perasaan ketidakamanan (Sverke *et al.*, 2006; Mahyanalia *et al.*, 2017; Naufalia *et al.*, 2022). Setiap pekerja merasa terdorong untuk memberikan kinerja optimal agar dapat bertahan dalam organisasi. Namun, ketidakpastian yang berkelanjutan dapat memberikan tekanan signifikan pada motivasi dan dedikasi mereka, yang berpotensi menyebabkan penurunan keterlibatan kerja dan produktivitas secara keseluruhan (Ishak *et al.*, 2016). Saat individu berjuang dengan tantangan ketidakstabilan pekerjaan, kontrak psikologis mereka dengan pemberi kerja dapat terkikis, menciptakan perasaan terasing dan loyalitas yang berkurang (Djazilan, 2020; Mardikaningsih & Hariani, 2020). Dalam konteks ini, memahami interaksi rumit antara keamanan kerja, kesejahteraan karyawan, dan hasil organisasi menjadi sangat penting untuk merancang strategi yang tidak hanya meningkatkan stabilitas organisasi tetapi juga menciptakan lingkungan kerja yang mendukung dan berkembang (Arifin & Irfan, 2021; Irfan & Al Hakim, 2022). Tanggung jawab para pemimpin organisasi dalam mengawasi sikap dan perilaku para pekerja memiliki dampak yang luas terhadap dinamika organisasi secara keseluruhan (Hariani & Irfan, 2022; Putra *et al.*, 2022). Pengawasan ini melampaui sekadar pengawasan tugas-tugas kerja, tetapi juga mencakup pemantauan terhadap aspek psikologis dan sosial yang memengaruhi kinerja dan kesejahteraan individu (Lestari & Mardikaningsih, 2020; Al Hakim & Hariani, 2021). Pengawasan juga mencakup memantau perilaku kerja sehari-hari. Ini melibatkan memastikan bahwa para pekerja mengikuti etika kerja yang diharapkan, berinteraksi dengan rekan tim dan pelanggan dengan sikap profesional, dan mematuhi kebijakan dan prosedur organisasi (Putra & Mardikaningsih, 2022; Radjawane, 2022). Upaya mengawasi sikap dan perilaku pekerja melibatkan pemahaman mendalam tentang dinamika motivasi, kepuasan, dan komitmen yang mendorong perilaku



produktif (Anjanarko & Arifin, 2022; Irfan, 2022). Ini agar kinerja para pekerja dapat tercapai secara optimal (Mardikaningsih & Darmawan, 2022). Ketercapaian itu semua diawali dari sikap dan perilaku pekerja yang mendukung hasil kerja (Putra, 2022; Retnowati & Darmawan, 2022).

Perubahan dalam sikap dan perilaku ini secara langsung berkontribusi pada penurunan kinerja tim penjualan, menggambarkan dampak yang signifikan terhadap hasil bisnis (Cross *et al.*, 2007). Saat individu dalam tim penjualan menghadapi pergeseran dalam cara mereka berinteraksi dengan pelanggan, mengelola proses penjualan, atau merespons perubahan pasar, ini bisa mempengaruhi efektivitas mereka dalam mencapai target penjualan dan menciptakan hubungan yang berkelanjutan dengan klien. Perubahan sikap yang negatif atau ketidakpastian dalam menghadapi situasi baru dapat mengganggu kepercayaan diri dan motivasi tim penjualan, yang pada gilirannya dapat merusak kemampuan mereka untuk memengaruhi prospek dan pelanggan. Oleh karena itu, memahami dampak dari perubahan sikap dan perilaku ini pada kinerja tenaga penjualan menjadi kunci dalam mengembangkan strategi pengelolaan perubahan yang efektif dan mendukung kelancaran operasional dalam lingkungan bisnis yang dinamis. Kinerja dapat dimaknai dengan pencapaian kerja yang telah dilakukan individu pada masa tertentu (Diamantidis & Chatzoglou, 2019). Pengaruh global, perkembangan teknologi yang pesat, dan perubahan pasar mengakibatkan tenaga penjualan harus melakukan beberapa tugas untuk menghadapi persaingan (Jones *et al.*, 2007). Persaingan yang kompetitif membutuhkan peranan dari tenaga penjualan untuk lebih berkompeten guna menyelesaikan permasalahan penjualan di organisasi karena tenaga penjual sebagai unsur penting untuk meningkatkan penjualan (Herjanto & Franklin, 2019). Organisasi perlu meningkatkan kinerja tenaga penjualan dengan mengembangkan dan memberdayakan sumber daya untuk memenangkan kompetisi (Ahearne & Jones, 2008). Kinerja tenaga penjualan menjadi dasar evaluasi organisasi dengan melihat kontribusi tenaga penjualan pada hasil penjualan periode tertentu, keuntungan tinggi bagi organisasi penjualan, dan meningkatkan hubungan pembeli-penjual (Baldauf & Cravens, 2002; Herjanto & Franklin, 2019).

Bertambahnya variasi transaksi yang dihadapi semakin memberikan beban kognitif yang signifikan bagi tenaga penjualan, yang diharuskan untuk menguasai setiap informasi dengan mendetail. Kondisi ini berpotensi meningkatkan tingkat stres yang mereka alami, mengakibatkan penurunan kepuasan dalam pekerjaan, dan secara keseluruhan, mereduksi kinerja mereka (Mallapragada *et al.*, 2022). Dalam lingkungan yang kompetitif seperti ini, kemampuan interpersonal menjadi krusial bagi tenaga penjualan. Churchill *et al.* (1985) berpendapat bahwa mereka harus memiliki pemahaman yang mendalam terhadap berbagai aspek pengetahuan. Di antara faktor-faktor tersebut, pengetahuan tentang kemampuan penjualan menjadi sangat penting (Comer & Drollinger, 1999; Castleberry & Shepherd, 1993). Bukan hanya tentang menguasai produk yang mereka tawarkan, tetapi juga tentang memahami bagaimana mengomunikasikan manfaat produk kepada pelanggan dengan cara yang resonan dan persuasif. Dalam konteks ini, tenaga penjualan perlu memiliki pemahaman yang mendalam tentang kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta kemampuan untuk mengadaptasi pendekatan mereka sesuai dengan preferensi individu. Dengan mengembangkan pengetahuan tentang kemampuan penjualan, mereka dapat lebih percaya diri dalam berinteraksi dengan pelanggan dan membangun hubungan yang positif, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kinerja dan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, dalam lingkungan bisnis yang terus berkembang dan kompetitif, peningkatan pengetahuan dan keterampilan tenaga penjualan menjadi kunci dalam memastikan bahwa mereka dapat mengatasi beban kognitif, mengelola stres, dan menjaga kualitas interaksi dengan pelanggan untuk mendukung kinerja yang lebih baik.

Pengetahuan kemampuan interpersonal mengacu pada kondisi mental dan komunikasi yang diterapkan pada interaksi sosial untuk mencapai efek dan hasil tertentu (Basir *et al.*, 2010). Keberhasilan interaksi dan membina hubungan dengan orang lain membuktikan tingkat kemampuan interpersonal seseorang (Gibson *et al.*, 1997; Gani, 2022). Kemampuan interpersonal sebagai cara yang dimiliki individu untuk mengetahui, mengatasi, dan menyelesaikan konflik (Churchill *et al.*, 1985). Individu yang memiliki kemampuan interpersonal lebih menguasai kemampuan mental untuk memahami, menganalisis, dan mengelola emosi dengan tepat (Borg & Johnston, 2013). Tenaga penjualan yang memiliki tingkat kemampuan interpersonal lebih tinggi memungkinkan untuk menghasilkan, mempertahankan, dan membangun loyalitas pelanggan sehingga memiliki niat membeli kembali (Manning & Reece, 2004; Weitz *et al.*, 1998). Penelitian oleh Alge *et al.* (2002), membuktikan bahwa kemampuan interpersonal berpengaruh signifikan terhadap kinerja.

Secara khusus, modal psikologi meningkatkan sikap, perilaku, dan kinerja tenaga penjualan (Friend *et al.*, 2016). Modal psikologi diakui secara luas sebagai sumber daya berharga yang dapat ditingkatkan dan dimanfaatkan untuk keunggulan kompetitif pada tingkat individu dan kelompok (Luthans & Youssef, 2004; Luthans *et al.*, 2007). Modal ini dapat mendorong pencapaian prestasi di tempat kerja (Darmawan, 2015). Modal psikologi sebagai aspek dasar yang penting pada pendekatan positif untuk memberikan dukungan, proses kognitif, dan keberhasilan mencapai tujuan yang diperoleh dari tempat kerja (Peterson *et al.*, 2011). Ini menjadi faktor penting terkait mental pekerja (Issailillah *et al.*, 2021; Putra *et al.*, 2022). Penelitian yang dilakukan Wyk (2013) adanya modal psikologi mampu memberikan nilai lebih dan pengaruh emosi kepada orang lain yang mengarah ke perasaan kemanusiaan di suatu organisasi. Penelitian tentang modal psikologi telah memberikan kemajuan dengan pandangan baru untuk memahami upaya dan ketekunan tenaga penjualan sebagai motivasi yang dapat mendorong kinerja hingga memperkaya hubungan dengan pelanggan (Friend *et al.*, 2016). Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Stajkovic (2006), telah membuktikan bahwa empat faktor modal psikologis berpengaruh signifikan terhadap perubahan kinerja tenaga penjualan. Faktor tersebut meliputi harapan, ketangguhan, efikasi diri, dan optimisme.

Tingkat dukungan supervisor juga dapat mempengaruhi kinerja (Babin & Boles, 1996). Supervisor dapat mendukung melalui penyediaan sumber daya utama seperti peralatan dan pelatihan (Guzzo & Gannet, 1988). Pekerja



cenderung tidak mau mengambil resiko tentang solusi konvensional yang ditujukan untuk memenuhi keinginan pelanggan, jika supervisor tidak mendukung (Michaels *et al.*, 1988). Nilai dukungan supervisor lebih dari rekan kerja atau organisasi (Kottke & Sharafinski, 1988). Pemberian dukungan berpengaruh terhadap pekerja untuk lebih berkomitmen dan melakukan perbaikan di sisi pelayanan dan penampilan (Gordon *et al.*, 2019). Perasaan yang diterima pekerja terhadap perhatian dan dorongan mempengaruhi kinerjanya (Babin & Boles, 1996) dan bentuk kepedulian dari supervisor kepada pekerja (De Clercq *et al.*, 2016). Dukungan supervisor sebagai faktor meningkatnya kepuasan kerja dengan memberi tekanan peran (Naidoo, 2018). Penelitian terdahulu oleh Saleem dan Amin (2013), membuktikan hasil yang signifikan antara dukungan supervisor dengan kinerja tenaga penjualan.

Berdasarkan permasalahan dan penelitian terdahulu, tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kemampuan interpersonal, modal psikologi, dan dukungan supervisor terhadap kinerja tenaga penjualan. Dalam hal ini, penelitian ini bertujuan untuk memahami sejauh mana faktor-faktor tersebut memengaruhi hasil kerja dan pencapaian tujuan penjualan oleh tenaga penjualan.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian kuantitatif ini menerapkan metode pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner. Melalui metode ini, data dihimpun melalui proses penyebaran kuesioner kepada kelompok tenaga penjualan yang menjadi subjek penelitian. Jumlah responden penelitian mencapai 50 individu yang aktif dalam bidang penjualan dan beroperasi di wilayah Kota Surabaya. Adapun metode pengambilan sampel yang diterapkan dalam penelitian ini adalah purposive sampling, yang mana pemilihan responden dilakukan secara selektif dari populasi yang tersedia. Penelitian ini berfokus pada tiga variabel bebas yang diidentifikasi, yaitu kemampuan interpersonal, modal psikologis, dan dukungan supervisor. Ketiga variabel ini dipilih sebagai faktor-faktor yang akan diteliti dampaknya terhadap variabel terikat adalah kinerja para tenaga penjualan.

2.1 Definisi Operasional dan Indikator Penelitian

2.1.1 Kemampuan Interpersonal

Menurut Rungtapiachy (1999), kemampuan interpersonal sebagai kemampuan yang dimiliki individu untuk berkomunikasi secara efektif dengan orang lain. Tenedero (2001) mendefinisikan kemampuan interpersonal sebagai kemampuan interaksi sosial seseorang dengan orang lain untuk dapat bekerja sama. Individu yang berkompeten secara sosial sebagai kemampuan yang dibutuhkan untuk menghasilkan efek yang diinginkan pada orang lain (Hayes, 2002). Kemampuan interpersonal cenderung didefinisikan sebagai kompetensi yang dimiliki individu pada tingkat lebih besar atau lebih kecil (Zhang, 2018). Variabel kemampuan interpersonal yang digunakan berdasarkan pendapat Riggio (1986) ada tujuh indikator, yaitu mencerminkan ekspresi nonverbal, keterampilan berbicara umum, kesadaran dan pemahaman, komunikasi nonverbal orang lain, kemampuan untuk mengontrol dan mengatur tampilan emosi nonverbal, kemampuan untuk menampilkan diri secara sosial, kemampuan untuk memanipulasi orang lain untuk mengendalikan situasi, kesadaran dan pemahaman komunikasi verbal orang lain.

2.1.2 Modal Psikologi

Menurut Luthans *et al.* (2007), modal psikologis didefinisikan sebagai kondisi positif perkembangan psikologi individu yang ditandai dengan harapan, kemanjuran, efikasi diri, dan optimisme. Menurut Seligman dan Csikszentmihalyi (2000) menyatakan bahwa modal psikologi sebagai suatu ilmu yang berkaitan tentang individu dan organisasi yang mengarah positif. Pernyataan yang serupa oleh Çavuş dan Gökçen (2015) modal psikologi sebagai suatu struktur yang positif di tingkat individu maupun organisasi untuk meningkatkan kinerja manusia. Modal psikologi memiliki peran penting bagi setiap individu yang menggunakannya untuk bekerja dan organisasi (Sahoo *et al.*, 2015). Variabel modal psikologi menurut Luthans *et al.* (2007) ada empat indikator, yaitu harapan, ketangguhan, efikasi diri, dan optimisme.

2.1.3 Dukungan Supervisor

Dukungan supervisor sebagai bentuk perhatian positif organisasi kepada pekerja dan lingkungan kerja (Erdeji *et al.*, 2016). Dukungan supervisor menjadi aspek penting pada pekerja untuk mencapai sasaran utama, energi, dan sumber daya sosial (Bacharach & Bamberger, 2007; Sinambela *et al.*, 2020). Variabel dukungan supervisor pengembangan dari Naidoo (2018) menggunakan tiga indikator, yaitu mendengarkan masukan, memberikan perhatian dan dorongan, dan mempromosikan suasana.

2.1.4 Kinerja Tenaga Penjualan

Menurut Darbi (2012), kinerja sebagai deskripsi dari pencapaian pelaksanaan kerja untuk mewujudkan visi, misi, dan tujuan organisasi yang tertuang melalui strategi dan rencana organisasi. Menurut Campbell *et al.* (1990), kinerja dapat didefinisikan sebagai hasil pengamatan dari seluruh perilaku kerja yang berorientasi pada tujuan organisasi. Variabel kinerja tenaga penjualan diukur berdasarkan pendapat Krishnan *et al.* (2002), yaitu volume penjualan, pertumbuhan pendapatan, dan evaluasi manajerial.

Pada langkah ini, data yang telah terkumpul dari penelitian akan diolah dan dianalisis untuk mendapatkan wawasan yang lebih mendalam. Skala respons lima poin digunakan untuk mengumpulkan tanggapan penilaian dari

responden terhadap berbagai pernyataan. Skor berkisar dari 1 hingga 5, di mana 1 mewakili tanggapan paling rendah dan 5 mewakili tanggapan tertinggi. Setelah melalui tahapan-tahapan sebelumnya, maka tahapan selanjutnya adalah analisis regresi linear berganda. Dengan melalui tahap analisis regresi linear berganda, penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat, serta tingkat signifikansi dari pengaruh dalam penelitian yang dilakukan.

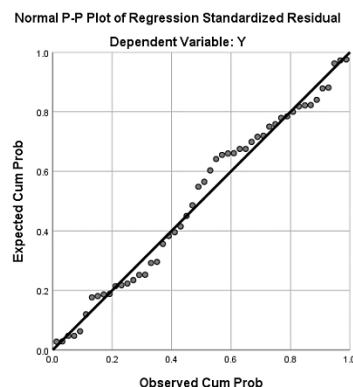
3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sejumlah 50 responden yang merupakan tenaga penjualan telah berpartisipasi dalam penelitian ini. Mayoritas dari responden adalah laki-laki, dengan jumlah mencapai 27 orang, sementara jumlah responden perempuan adalah sisanya. Rentang usia responden umumnya berkisar antara 30 hingga 34 tahun, yang diwakili oleh 28 responden. Dalam hal status pekerjaan, mayoritas responden memiliki pengalaman berjualan selama lebih dari 5 tahun, yang berjumlah 26 responden. Sehubungan dengan pendapatan, mayoritas responden, yaitu 35 orang, memiliki pendapatan di bawah 4 juta.

Penilaian validitas variabel menggunakan metode *corrected item* dilakukan untuk mengukur sejauh mana setiap variabel yang diteliti mengukur konsep yang dimaksud. Standar nilai yang diterapkan dalam penilaian ini adalah nilai yang lebih besar dari 0,3. Jika nilai *corrected item* dari suatu variabel melebihi ambang batas tersebut, variabel tersebut dianggap valid. Variabel X1 (kemampuan interpersonal) hasil nilai *corrected item* untuk variabel ini adalah sebesar 0,792. Karena nilai ini melebihi standar 0,3, maka variabel kemampuan interpersonal dinyatakan valid dalam mengukur dimensi yang dituju. Variabel X2 (modal psikologis) nilai *corrected item* untuk variabel ini adalah 0,781. Nilai ini melewati ambang batas 0,3 yang telah ditetapkan, sehingga variabel modal psikologis dianggap valid sebagai alat pengukur konsep yang diinginkan. Variabel X3 (dukungan supervisi) dengan nilai *corrected item* sebesar 0,777, variabel dukungan supervisi melebihi standar 0,3. Oleh karena itu, variabel ini dianggap valid dalam konteks mengukur dimensinya. Variabel Y (kinerja tenaga penjualan) nilai *corrected item* untuk variabel ini adalah 0,766. Karena nilai melebihi nilai ambang batas 0,3, variabel kinerja tenaga penjualan dianggap valid dalam mengukur dimensi yang dituju. Dengan hasil penilaian validitas ini, dapat disimpulkan bahwa semua variabel yang diteliti, yaitu kemampuan interpersonal (X1), modal psikologis (X2), dukungan supervisi (X3), dan kinerja tenaga penjualan (Y), semuanya valid dalam mengukur aspek yang relevan dengan konsep yang ingin diinvestigasi dalam penelitian ini.

Data penelitian akan dianalisis menggunakan uji reliabilitas dengan menggunakan nilai Alpha Cronbach. Standar nilai yang diterapkan adalah nilai lebih besar dari 0,6. Jika nilai Alpha Cronbach melebihi ambang batas 0,6, maka data dianggap memiliki tingkat reliabilitas yang memadai. Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan, ditemukan bahwa data penelitian menunjukkan tingkat reliabilitas yang cukup karena nilai Alpha Cronbach melebihi 0,6. Tingkat reliabilitas ini menunjukkan bahwa instrumen pada kuesioner yang digunakan dalam penelitian memiliki konsistensi yang memadai dalam mengukur variabel-variabel yang diteliti. Dengan kata lain, pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner secara stabil dan konsisten mengukur konsep yang dimaksudkan. Oleh karena itu, data yang diperoleh dari penelitian dapat dianggap reliabel dan dapat dipercaya dalam analisis dan interpretasi hasil.

Langkah berikutnya adalah melakukan uji normalitas terhadap data penelitian. Uji normalitas bertujuan untuk mengidentifikasi apakah data memiliki distribusi yang mendekati atau memenuhi distribusi normal (normalitas). Hal ini penting karena analisis statistik seperti uji t dan analisis regresi linear bergantung pada asumsi normalitas data. Gambar 1 menunjukkan ilustrasi dari grafik data. Dalam gambar 1, terlihat bahwa data tersebar dengan pola diagonal. Hasil dari analisis ini menyimpulkan bahwa data dalam penelitian ini memiliki distribusi yang normal.



Gambar 1. Uji Normalitas

Langkah selanjutnya dalam analisis adalah melakukan pengujian autokorelasi dengan menggunakan nilai Durbin Watson (DW). Dalam pengujian ini, nilai DW digunakan untuk menilai apakah terdapat autokorelasi dalam data. Rentang yang diharapkan untuk nilai DW biasanya berada antara -2 hingga 2. Nilai DW yang mendekati 2 menunjukkan adanya kemungkinan autokorelasi negatif, sedangkan nilai DW yang mendekati 0 mengindikasikan adanya kemungkinan autokorelasi positif. Menurut Tabel 3, hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa nilai DW sebesar 0,904. Dalam hal ini, nilai DW yang mendekati 0,904 berada di dekat 0, namun tetap berada dalam rentang



antara -2 hingga 2. Oleh karena itu, berdasarkan hasil pengujian autokorelasi dengan nilai DW, tidak terdapat tanda-tanda adanya autokorelasi dalam data yang digunakan dalam penelitian ini.

Tahap berikutnya melibatkan pengujian multikolinearitas standar yang diterapkan adalah VIF kurang dari 10, sementara nilai toleransi diharapkan lebih dari 0,1. Jika nilai VIF suatu variabel lebih dari 10, ini menunjukkan adanya masalah multikolinearitas, yang artinya variabel tersebut memiliki ketergantungan yang signifikan dengan variabel-variabel lain dalam model. Hasil pengujian mengindikasikan bahwa semua data dalam penelitian ini bebas dari masalah multikolinearitas. Kemampuan interpersonal (X1), VIF = 1,395, toleransi = 0,717; modal psikologis (X2), VIF = 1,144, toleransi = 0,874; dukungan supervisor (X3), VIF = 1,238, toleransi = 0,808. Dengan nilai-nilai VIF yang jauh lebih rendah dari 10 dan nilai toleransi yang jauh lebih tinggi dari 0,1, ini menunjukkan bahwa tidak ada indikasi kuat tentang adanya masalah multikolinearitas antara variabel-variabel bebas dalam model regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini.

Langkah berikutnya adalah melakukan pengujian heteroskedastisitas terhadap data penelitian. Heteroskedastisitas merujuk pada variasi yang tidak konstan dari residual (selisih antara nilai yang diobservasi dan nilai yang diprediksi oleh model) dalam analisis regresi. Pengujian heteroskedastisitas biasanya melibatkan analisis grafik yang menampilkan sebaran data pada sumbu Y dengan tujuan mengidentifikasi pola atau variasi yang tidak konstan. Hasil analisis menunjukkan bahwa grafik sebaran data tidak membentuk pola khusus yang mengindikasikan heteroskedastisitas. Berdasarkan kesimpulan ini, dapat dinyatakan bahwa tidak terdapat tanda-tanda heteroskedastisitas dalam data penelitian ini.

Data penelitian akan diuji menggunakan uji t untuk menguji signifikansi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dalam model regresi. Dalam pengujian ini, tingkat signifikansi yang diharapkan adalah kurang dari 0,05, yang merupakan standar umum untuk mengukur apakah suatu variabel memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel lainnya. Berdasarkan tabel 1, hasil dari uji t untuk masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

1. Variabel kemampuan interpersonal: nilai signifikansi yang diperoleh adalah 0,001. Karena nilai ini kurang dari 0,05, dapat disimpulkan bahwa kompetensi interpersonal memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja tenaga penjualan.
2. Variabel modal psikologi: nilai signifikansi yang diperoleh adalah 0,000. Karena nilai ini lebih kecil dari 0,05, dapat disimpulkan bahwa modal psikologi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja tenaga penjualan.
3. Variabel dukungan supervisor: nilai signifikansi yang diperoleh adalah 0,009. Karena nilai ini juga kurang dari 0,05, dapat disimpulkan bahwa dukungan supervisor juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja tenaga penjualan.

Dengan demikian, berdasarkan hasil uji t yang diperoleh, kesimpulan yang dapat diambil adalah bahwa semua tiga variabel bebas (kemampuan interpersonal, modal psikologi, dan dukungan supervisor) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (kinerja tenaga penjualan).

Tabel 1. Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
1 (Constant)	17.130	5.468			3.132	.003		
X.1	1.989	.579	.359		3.434	.001	.717	1.395
X.2	3.624	.753	.456		4.810	.000	.874	1.144
X.3	1.558	.570	.270		2.735	.009	.808	1.238

Dalam tabel 1, telah berhasil dihasilkan suatu model dalam analisis regresi linear berganda $Y = 17,130 + 1,989X.1 + 3,624X.2 + 1,558X.3$. Dalam persamaan ini, terdapat nilai konstanta sebesar 17.130 yang mewakili nilai variabel terikat (kinerja tenaga penjualan) ketika nilai dari variabel-variabel bebas (kemampuan interpersonal, modal psikologi, dan dukungan supervisor) berada pada nol. Ketika ketiga variabel bebas, yaitu kemampuan interpersonal, modal psikologi, dan dukungan supervisor semuanya berada pada nol atau dalam kondisi minimal, maka kinerja tenaga penjualan diharapkan akan memiliki nilai sekitar 17.130. Ini berarti nilai konstanta 17.130 merepresentasikan tingkat kinerja dasar dari tenaga penjualan tanpa adanya pengaruh atau kontribusi dari variabel-variabel bebas.

Tabel 2. Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	600.998	2	300.499	16.138	.000 ^b
Residual	1750.363	94	18.621		
Total	2351.361	96			

Langkah selanjutnya adalah melakukan uji F. Hasil dari pengujian F yang tertera dalam tabel 2 menunjukkan bahwa nilai F yang dihasilkan adalah 300.499. Dalam uji ini, ditemukan bahwa nilai signifikansinya adalah 0,000, yang menunjukkan bahwa nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Hasil ini dapat diartikan bahwa ada pengaruh bersama-sama yang signifikan dari variabel-variabel bebas (kemampuan interpersonal, modal psikologi, dan dukungan supervisor) terhadap variabel terikat (kinerja tenaga penjualan). Uji F ini memberikan informasi tentang apakah model regresi secara keseluruhan memiliki nilai signifikansi yang cukup besar untuk membenarkan penggunaannya dalam



menganalisis hubungan antara variabel-variabel penelitian. Dengan nilai signifikansi kurang dari 0,05, hasil uji F mendukung kesimpulan bahwa kemampuan interpersonal, modal psikologi, dan dukungan supervisor secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja tenaga penjualan. Ini memberikan dukungan lebih lanjut terhadap kesimpulan yang telah diambil dari uji t terhadap masing-masing variabel bebas.

Tabel 3. Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.799 ^a	.639	.615	4.059	.904

Tahap berikutnya dalam analisis adalah pengujian koefisien determinasi, yang juga dikenal sebagai R^2 . Hasil pengujian ini tertera dalam tabel 3. ditemukan nilai R sebesar 0,799. Nilai ini mengindikasikan tingkat hubungan yang cukup erat antara variabel-variabel dalam penelitian ini. Lebih lanjut, nilai R^2 diperoleh sebesar 0,639. Dengan nilai ini, dapat disimpulkan bahwa kemampuan interpersonal, modal psikologi, dan dukungan supervisor memberikan kontribusi sebesar 63,9% terhadap variasi dalam kinerja tenaga penjualan. Artinya, sekitar 63,9% dari variasi dalam kinerja tenaga penjualan dapat dijelaskan oleh variabel-variabel bebas dalam model ini, yaitu kemampuan interpersonal, modal psikologi, dan dukungan supervisor. Sisa variabilitas sebesar 36,1% tidak dapat dijelaskan oleh variabel-variabel dalam model, dan kemungkinan dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

3.1 Pengaruh Kemampuan Interpersonal Terhadap Kinerja Tenaga Penjualan

Hasil penelitian ini telah mengkonfirmasi bahwa kemampuan interpersonal memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja tenaga penjualan, sesuai dengan temuan dalam studi sebelumnya yang dilakukan oleh Alge *et al.* (2002); dan Darmawan dan Mardikaningsih (2021); Mardikaningsih dan Sinambela (2021). Kemampuan interpersonal yang baik memungkinkan para tenaga penjualan untuk lebih baik dalam memahami kebutuhan pelanggan dan menghadirkan solusi yang sesuai. Akibatnya, meningkatkan peluang untuk mencapai penjualan yang lebih tinggi. Tenaga penjualan yang memiliki kemampuan interpersonal yang baik cenderung dapat mendengarkan pelanggan dengan efektif, memahami kebutuhan dan preferensi mereka, serta membangun rasa percaya yang kuat. Ini semua dapat berkontribusi pada kemampuan mereka untuk menyampaikan solusi yang relevan dan menjalin hubungan yang lebih baik dengan pelanggan (Bolman Pullins *et al.*, 2011). Oleh karena itu, temuan bahwa kemampuan interpersonal memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja tenaga penjualan menggarisbawahi pentingnya pengembangan kemampuan komunikasi dan interaksi sosial dalam melatih dan meningkatkan performa tenaga penjualan.

3.2 Pengaruh Modal Psikologi Terhadap Kinerja Tenaga Penjualan

Dari hasil analisis data yang telah dilakukan, dapat ditarik kesimpulan bahwa modal psikologi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja tenaga penjualan. Temuan ini konsisten dengan hasil penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Stajkovic (2006) dan Friend *et al.* (2016) yang mengindikasikan bahwa modal psikologi, seperti keyakinan diri, motivasi, dan kesejahteraan psikologis, dapat memengaruhi kemampuan tenaga penjualan dalam mencapai kinerja yang lebih baik. Modal psikologi yang kuat dapat memberikan dorongan positif kepada tenaga penjualan, meningkatkan motivasi mereka untuk mencapai target penjualan, dan membantu mereka mengatasi tantangan yang timbul dalam pekerjaan. Keyakinan diri yang tinggi dapat memotivasi tenaga penjualan untuk menghadapi tantangan dan mengejar peluang penjualan dengan lebih berani (Friend *et al.*, 2016). Oleh karena itu, dalam upaya meningkatkan kinerja tenaga penjualan, penting untuk memperhatikan dan mendukung aspek modal psikologi yang positif dalam tim penjualan.

3.3 Pengaruh Dukungan Supervisor Terhadap Kinerja Tenaga Penjualan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa dukungan supervisor memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja tenaga penjualan. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Babin dan Boles (1996); Saleem dan Amin (2013); Djaelani *et al.* (2022) yang mengemukakan supervisor dapat berkontribusi pada peningkatan kinerja tenaga penjualan. Artinya, tingkat dukungan yang diberikan oleh supervisor dapat memengaruhi seberapa baik tenaga penjualan mencapai target penjualan dan tugas-tugas yang diberikan. Dukungan supervisor dapat mencakup berbagai hal, seperti pemberian arahan yang jelas, pembinaan, dan penyediaan sumber daya yang diperlukan. Dukungan emosional dan motivasi juga dapat berperan penting dalam memotivasi tenaga penjualan untuk bekerja lebih keras, mengatasi hambatan, dan mencapai hasil yang lebih baik (Gray-Stanley *et al.*, 2010). Oleh karena itu, dalam upaya meningkatkan kinerja tenaga penjualan, penting bagi organisasi untuk memastikan bahwa supervisor memberikan dukungan yang memadai, berinteraksi secara positif, dan memberikan bimbingan kepada tim penjualan.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan temuan dalam penelitian ini, dapat ditarik kesimpulan bahwa kemampuan interpersonal, modal psikologi, dan dukungan supervisor memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja tenaga penjualan. Hasil ini mencerminkan pentingnya faktor-faktor ini dalam membentuk performa individu dalam tim



penjualan. Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan dari penelitian ini, saran yang dapat disampaikan adalah sebaiknya manajer sumber daya manusia lebih memperhatikan perkembangan komunikasi tenaga penjualan dengan pelanggan. Sebaiknya manajer sumber daya manusia memberikan kepercayaan kepada tenaga penjualan untuk melakukan pekerjaan dengan desain kerja yang dibentuk oleh mereka sendiri tanpa menyalahi aturan tetap dan berorientasi terhadap tujuan organisasi. Sebaiknya supervisor lebih memperhatikan kebutuhan tenaga penjualan untuk mendukung produktivitas kerja.

REFERENCES

- Ahearne, M. & E. Jones. 2008. High Touch Rough High Tech: The Impact of Salesperson Technology Usage on Sales Performance via Mediating Mechanisms. *Management Science*, 54(4), 671-685.
- Alge, B. J., M. T. Gresham, R. L. Heneman, J. Fox, & R. McMasters. 2002. Measuring Customer Service Orientation Using a Measure of Interpersonal Skills: A Preliminary Test in a Public Service Organization. *Journal of Business and Psychology*, 16(3), 467-476.
- Al Hakim, Y. R. & M. Hariani. 2021. The Influence of Transformational Leadership Style on Organizational Commitment and Job Performance. *Journal of Science, Technology and Society*, 2(2), 19-24.
- Anjanarko, T. S. & S. Arifin. 2022. Study on The Relationship of Leadership Style and Employees' Affective Commitment. *Journal of Science, Technology and Society*, 3(2), 15-22.
- Arifin, S. & M. Irfan. 2021. The Relationship of Achievement Motivation and Employee Satisfaction. *Journal of Science, Technology and Society*, 2(2), 1-6.
- Ashford, S. J., C. Lee, & P. Bobko. 1989. Content, Causes, and Consequences of Job Insecurity: A Theory-based Measure and Substantive Test. *Academy of Management Journal*, 4, 803-829.
- Babin, B. J. & J. S. Boles. 1996. The Effect of Perceived Co-worker Involvement and Supervisor Support on Service Provider Role Stress, Performance and Job Satisfaction. *Journal of Retailing*, 72(1), 57-75.
- Bacharach, S. B., & P. A. Bamberger. 2007. 9/11 and New York City Firefighters' Post Hoc Unit Support and Control Climates: A Context Theory of the Consequences of Involvement in Traumatic Work-Related Events. *Academy of Management Journal*, 50(4), 849-868.
- Baldauf, A. & D. W. Cravens. 2002. The Effect of Moderators on the Salesperson Behavior Performance and Salesperson Outcome Performance and Sales Organization Effectiveness Relationships. *European Journal of Marketing*, 36(11/12), 1367-1388.
- Basir, M. S., S. Z. Ahmad, & P. J. Kitchen. 2010. The Relationship between Sales Skills and Salesperson Performance: An Empirical Study in the Malaysia Telecommunications Company. *International Journal of Management and Marketing Research*, 3(1), 51-73.
- Bolman Pullins, E., M. L. Mallin, R. E. Buehrer, & D. E. Jones. 2011. How Salespeople Deal with Intergenerational Relationship Selling. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 26(6), 443-455.
- Borg, S. W. & W. J. Johnston. 2013. The IPS-EQ Model: Interpersonal Skills and Emotional Intelligence in a Sales Process. *Journal of Personal Selling & Sales Management*, 33(1), 39-51.
- Campbell, J. P., J. J. McHenry, & L. L. Wise. 1990. Modeling Job Performance in a Population of Jobs. *Personnel Psychology*, 43(2), 313-333.
- Castleberry, S. B. & C. D. Shepherd. 1993. Effective Interpersonal Listening and Personal Selling. *Journal of Personal Selling & Sales Management*, 13, 35-49.
- Çavuş, M. F. & A. Gökçen. 2015. Psychological Capital: Definition, Components and Effect. *British Journal of Education, Society & Behavioural Science*, 5(3), 244-255.
- Churchill, G. A., N. M. Ford, S. W. Hartley, & O. C. Walker. 1985. The Determinant of Salesperson Performance: A Meta-analysis. *Journal of Marketing Research*, 22(2), 103-118.
- Comer, L. B. & T. Drollinger. 1999. Active Empathetic Listening and Selling Success: A Conceptual Framework. *Journal of Personal Selling & Sales Management*, 19, 15-30.
- Cross, M. E., T. G. Brashear, E. E. Rigdon, & D. N. Bellenger. 2007. Customer Orientation and Salesperson Performance. *European Journal of Marketing*, 41(7/8), 821-835.
- Darbi, W. P. K. 2012. Of Mission and Vision Statements and Their Potential Impact on Employee Behaviour and Attitudes: The Case of A Public but Profit-oriented Tertiary Institution. *International Journal of Business and Social Science*, 3(14), 95-109.
- Darmawan, D. 2015. Keterkaitan Antara Modal Psikologi, Modal Sosial Dan Motivasi Berprestasi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 5(1), 35-40.
- Darmawan, D., & R. Mardikaningsih. 2021. Pengaruh Keterampilan Interpersonal, Pengalaman Kerja, Integritas dan Keterikatan Kerja terhadap Kinerja Penyuluh Pertanian. *Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (Ekuitas)*, 3(2), 290-296.
- De Clercq, D., D. Dimov, & I. Belausteguigoitia. 2016. Perceptions of Adverse Work Conditions and Innovative Behavior: The Buffering Roles of Relation Resources. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 40(3), 515-542.
- Diamantidis, A. D. & P. Chatzoglou. 2019. Factor Affecting Employee Performance: An Empirical Approach. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 68(1), 171-193.



- Djaelani, M., Sudja'i., M. Munir, & D. Darmawan. 2022. The Effect of Supervision, Compensation Systems, and Organizational Commitments on The Performance of Employees in Construction Services Companies. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 6(1), 110-118.
- Djazilan, M. S. & D. Darmawan. 2020. Effect of Compensation, Job Demand, Job Characteristics on Employee Retention, *Journal of Science, Technology and Society*, 1(2), 1-8.
- Erdeji, I., A. J. Vuković, S. Gagić, & A. Terzić. 2016. Cruisers on the Danube – The Impact of LMX Theory on Job Satisfaction and Employees' Commitment to Organization. *Journal of the Geographical Institute Jovan Cvijić SASA*, 66(3), 401–415.
- Friend, S. B., J. S. Johnson, F. Luthans, & R. Sohi. 2016. Positive Psychology in Sales: Integrating Psychological Capital. *Journal of Marketing Research*, 24(3), 306-327.
- Gani, A. 2022. The Influence of Perceptions of Organizational Support and Interpersonal Abilities on Employee Achievement Motivation, *International Journal of Service Science, Management, Engineering, and Technology*, 2(3), 1 – 4.
- Gibson, J. L., J. M. Ivancevich, & J. H. Donnelly. 1997. *Organization: Behavior Structur Process*. McGrawHill, United States.
- Gordon, S., H. Adler, J. Day, & S. Sydnor. 2019. Perceived Supervisor Support: A Study of Select-service Hotel Employees. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 38, 82-90.
- Gray-Stanley, J. A., N. Muramatsu, T. Heller, S. Hughes, T. P. Johnson, & J. Ramirez-Valles. 2010. Work Stress and Depression Among Direct Support Professionals: The Role of Work Support and Locus of Control. *Journal of Intellectual Disability Research*, 54(8), 749-761.
- Greenhalg, L. & Z. Rosenbalt. 1984. Job Insecurity: Toward Conceptual Clarity. *Academic Management Review*, 9, 438-448.
- Guzzo, R. A. & B. A. Gannet. 1988. *The Nature of Facilitators and Inhibitors of Effective Task Performance, in Facilitating Work Effectiveness*. Lexington Books, Lexington.
- Ishak, M., I. Zaidi, D. Darmawan & Z. Yang. 2016. Conceptualizing Cultural Organization Studies, *Management Review*, 9(2), 146-158.
- Issalillah, F., R. K. Khayru., D. Darmawan & M. W. Amri. 2021. Hubungan Modal Sosial, Modal Psikologi, Modal Diri Karyawan dan Stres Kerja. *Jurnal Baruna Horizon*, 4(2), 84-88.
- Hariani, M. & M. Irfan. 2022. The Influence of Leadership and Work Culture on Employee Work Loyalty, *Studi Ilmu Sosial Indonesia*, 2(1), 39-48.
- Hartley, J., D. Jacobson, B. Klandermans, & T. VanVuuren. 1991. *Job Insecurity: Coping with Jobs at Risk*. Sage, London.
- Hayes, J. 2002. *Interpersonal Skills at Work (2nd Edition)*. Routledge, London.
- Herjanto, H. & D. Franklin. 2019. Investigating Salesperson Performance Factors: A Systematic Review of the Literature on the Characteristics of Effective Salespersons. *Australasian Marketing Journal*, 27, 104-112.
- Irfan, M. & Y. R. Al Hakim. 2022. The Effect of Perceived Organizational Support and Organizational Culture on Job Satisfaction, *International Journal of Service Science, Management, Engineering, and Technology*, 2(2), 25 – 30.
- Irfan, M. 2022. The Influence of Work Discipline, Work Motivation and Leadership Style on Employee Performance, *International Journal of Service Science, Management, Engineering, and Technology*, 2(1), 31–36.
- Jahoda, M. 1982. *Employment and Unemployment: A Social-psychological Analysis*. Cambridge University Press, Cambridge.
- Jones, E., L. Chonko, D. Rangrajan, & J. Roberts. 2007. The Role of Overload on Job Attitudes, Turnover Intentions, and Salesperson Performance. *Journal of Business Research*, 60, 663-671.
- Kottke, J. & C. Sharafinki. 1988. Measuring Perceived Supervisory and Organizational Support. *Educational and Psychological Measurement*, 48(4), 1075-1079.
- Krishnan, B. C., R. G. Netemeyer, & J. S. Boles. 2002. Self-efficacy, Competitiveness, and Effort as Antecedents of Salesperson Performance. *Journal of Personal Selling and Sales Management*, 22(4), 285-296.
- Lestari, U. P. & R. Mardikaningsih. 2020. Effect of Leadership Behavior and Work Climate on Employee Performance, *Journal of Science, Technology and Society*, 1(1), 5-12.
- Luthans, F. & C. M. Youssef. 2004. Human Social and Now Positive Psychological Capital Management: Investing in People for Competitive Advantage. *Organizational Dynamics*, 33(2), 143-160.
- Luthans, F., B. J. Avolio, J. B. Avey, & S. M. Norman. 2007. Positive Psychological Capital: Measurement and Relationship with Performance and Satisfaction. *Personnel Psychology*, 60, 541-572.
- Luthans, F., C. M. Youssef, B. J. Avilio, & J. B. Avey. 2007. *Psychological Capital: Developing the Human Competitive Edge*. Oxford University Press, New York.
- Mahyanalia, R., K. S. Siagian, D. Darmawan, A. Gunawan & S. Arum. 2017. Job Insecurity and an Integrative Review for Future Research, *Journal of Management*, 43(6), 1911–1939.
- Mallapragada, G., A. Gupta, & B. Josephson. 2022. The Impact of Social Capital and Transaction Efficacy on Salesperson Performance. *Production and Operations Management*, 31, 3525-3542.
- Manning, G. L. & B. L. Reece. 2004. *Selling Today: Creating Customer Value*. Pearson Education, London.
- Mardikaningsih, R., & M. Hariani. 2020. Effect of Work Climate and Wages on Turnover Intention, *Journal of Science, Technology and Society*, 1(2), 21-28.



- Mardikaningsih, R. & E. A. Sinambela. 2021. Performance Development of Agricultural Extenders Through Interpersonal Skills and Work Ethic, *Journal of Science, Technology and Society*, 2(1), 35-44.
- Mardikaningsih, R. & D. Darmawan. 2022. The Influence of Working Conditions and Employee Motivation on Job Performance, *Studi Ilmu Sosial Indonesia*, 2(2), 1-10.
- Michaels, R. E., W. L. Cron, A. J. Dubinsky, & E. A. Joachimsthaler. 1988. The Influence of Formalization on the Organizational Commitment and Work Alienation of Salespeople and Industrial Buyers. *Journal of Marketing Research*, 25, 376-383.
- Naidoo, R. 2018. Role Stress and Turnover Intentions among Information Technology Personnel in South Africa: The Role of Supervisor Support. *Journal of Human Resource Management*, 16, 1-10.
- Naufalia, S., D. Darmawan, Jahroni, T. S. Anjanarko, M. Munir, & S. Arifin. 2022. Pengaruh Quality of Work Life, Total Kualitas Manajemen dan Stres Kerja terhadap Loyalitas Karyawan. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 2(4), 114-120.
- Peterson, S. J., F. Luthans, B. J. Avolio, F. O. Walumbwa, & Z. Zhang. 2011. Psychological Capital and Employee Performance: A Latent Growth Modeling Approach. *Personnel Psychology*, 64, 427-450.
- Putra, A.R. 2022. Improving Employee Performance through the Implementation of Total Quality Management and the Effectiveness of the Remuneration System, *International Journal of Service Science, Management, Engineering, and Technology*, 2(2), 1 – 5.
- Putra, A.R., D. Darmawan, M. Djaelani, F. Issalillah, & R. K. Khayru. 2022. Pengaruh Tuntutan Pekerjaan, Modal Psikologis dan Kematangan Sosial terhadap Profesionalisme Karyawan. *Relasi: Jurnal Ekonomi*, 18(2), 157-172.
- Putra, A. R. & R. Mardikaningsih. 2022. Study on Employee Performance Reviewing from Leadership, Innovative Behavior and Work Engagement, *International Journal of Service Science, Management, Engineering, and Technology*, 1(3), 4 – 10.
- Putra, A. R., T. S. Anjanarko, D. Darmawan, J. Jahroni, S. Arifin & M. Munir. 2022. The Role of Remuneration, Leadership Behaviour, and Working Conditions on Job Satisfaction, *Studi Ilmu Sosial Indonesia*, 2(1), 61-74.
- Radjawane, L.E. & D. Darmawan. 2022. Construction Project Worker Satisfaction Reviewing from the Role of the Work Environment and Leadership, *International Journal of Service Science, Management, Engineering, and Technology*, 1(3), 36–40.
- Retnowati, E. & D. Darmawan. 2022. Efforts to Increase Employee Performance Through Quality of Work Life and Strengthening Self-Efficiency. *Journal of Science, Technology and Society*, 3(2), 8–14.
- Riggio, R. E. 1986. Assesment of Basic Social Skills. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(9), 649-660.
- Rungapadiachy, D. M. 1999. *Interpersonal Communication and Psychology for Health Care Professionals: Theory and Practice*. Butterworth-Heinemann, Edinburgh.
- Sahoo, B. C., S. K. Sia, N. Sahu, & A. V. Appu. 2015. Psychological Capital and Work Attitude: A Conceptual Analysis. *Journal of Organisation & Human Behaviour*, 4(2-3), 18-28.
- Saleem, S. & S. Amin. 2013. The Impact of Organizational Support for Career Development and Supervisory Support on Employee Performance: An Empirical Study from Pakistani Academic Sector. *European Journal of Business Management*, 5(5), 194-207.
- Seligman, M. & M. Csikszentmihalyi. 2000. Positive Psychology: An Introduction. *American Psychologist*, 55, 5–14.
- Shoemaker, M. E. & M. C. Johlke. 2002. An Examination of the Antecedents of a Crucial Selling Skill: Asking Questions. *Journal of Managerial Issues*, 14(1), 118-131.
- Sinambela, E. A., R. Mardikaningsih, S. Arifin, & H. D. Ayu. 2020. Development of Self Competence and Supervision to Achieve Professionalism, *Journal of Islamic Economics Perspectives*, 1(2), 33-42.
- Stajkovic, A. D. 2006. Development of a Core Confidence-higher Order Construct. *Journal of Applied Psychology*, 91, 1208-1224.
- Sverke, M., J. Hellgren, & K. Naswall. 2002. No Security: A Meta-analysis and Review of Job Insecurity and its Consequences. *Journal of Occupational Health Psychology*, 7, 242-264.
- Tenedero, H. S. 2001. *Creating an Enhanced Learning Environment through Individual Learning Styles*. National Book Store, Mandalutong City.
- Weitz, B. A., S. B. Castleberry, & J. F. Tanner. 1998. *Selling: Building the Partnership*. McGraw Hill, United States.
- Wyk, R. 2013. The Manifestation of Familiness Resources and Psychological Capital as Familiness Capital: A Conceptual Analysis. *International Business & Economics Research Journal*, 12(9), 1021-1039.
- Zhang, L. N. 2018. Importance of Interpersonal Skills at Work towards Managing People in an Educational Context. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 54, 29-34.