

ABSTRAK

Lisa. 2018. Pengaruh persepsi gaya kepemimpinan transaksional terhadap kinerja pemasaran PT. W di Jakarta Barat. (Dibimbing oleh Dra. Sulis Mariyanti, M. Si., Psikolog dan Dra. Safitri M, M.Si).

Kinerja pemasaran yang tinggi sangat dituntut oleh perusahaan agar target perusahaan dapat tercapai dan kelangsungan perusahaan dapat terjaga. Pada kenyataan di lapangan masih ada beberapa karyawan yang kinerjanya rendah meski sudah diberikan penawaran berupa reward. Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kinerja karyawan adalah gaya kepemimpinan transaksional yang dipersiapkan bawahannya. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh persepsi gaya kepemimpinan transaksional terhadap kinerja pemasaran PT. W di Jakarta Barat. Rancangan penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif kausalitas dan teknik *non-probability sampling* dengan sampling jenuh, dengan jumlah 58 sampel. Alat ukur persepsi gaya kepemimpinan transaksional mempunyai koefisien reliabilitas (α) = 0,939 dengan 34 aitem dan untuk kinerja pemasaran diukur menggunakan data sekunder berupa rata-rata pencapaian omset perbulan. Dari hasil uji regresi linier sederhana menunjukkan tidak ada pengaruh yang signifikan persepsi gaya kepemimpinan transaksional terhadap kinerja pemasaran ($sig = 0,107$ dan $r = 389127,079$). Persepsi gaya kepemimpinan transaksional hanya berpengaruh sebesar 4,6% terhadap kinerja pemasaran.

Kata kunci: gaya kepemimpinan transaksional, kinerja pemasaran, jakarta

ABSTRACT

Lisa. 2018. *The effect of the Transactional leadership lifestyle towards the marketing working of W Company at west jakarta.* (Supervised by Dra. Sulis Mariyanti, M. Si., Psikolog and Dra Safitri M, M.Si).

The highly marketing performance is required by the company so that, the company target will be achieved and the company sustainability can be made. In fact, one of the aspect that can effect the employee working performance is the transactional leadership style which has become a perception by their direct subordinate. The objective of this research is to know the effect of transactional leadership style toward the marketing working performance of W Company at west jakarta. This research framework is the causality quantitative research and non-probability sampling technique with the saturated sampling from 58 samples. The catalyst perception of transactional leadership style has the reability coefficient (α) = 0.939 with 34 items, and for the marketing working performance catalyst is measured by the secondary data of the achievement average omzet per month. From the simple linear regression test result shows that there is no significant effect of the perception of transactional leadership style towards the marketing working performance ($sig = 0.107$ and $r = 389127.079$). The perception of transactional leadership style only effects 4.6% towards marketing working performance.

Key words = transactional leadership style, marketing performance, jakarta

Universitas
Esa Unggul