No. Dok: 6411

D
658.85
Nab
P

PENGARUH *TECHNICAL SALES SKILL* DAN *NON TECHNICAL SALES SKILL* TERHADAP KINERJA TENAGA PENJUALAN DENGAN KEPERCAYAAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* (STUDI KASUS PADA TENAGA PENJUALAN PT SUZUKI INDOMOBIL SALES)

TUGAS AKHIR

Untuk memenuhi syarat penyelesaian Program Studi D-IV Administrasi Bisnis Otomotif

Politeknik STMI Jakarta

DATA BUKU PERPUSTAKAAN

Tgl Terima	23/08/2022
No Induk Buku	600/ABO/SB/TA/22

POLITEKNIK STMI JAKARTA
TRIAS INDUSTRIA

NAMA : CEVIN CHRISTIAN NABABAN

NIM : 1715126

POLITEKNIK STMI JAKARTA KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN

REPUBLIK INDONESIA

JAKARTA 2019

SUMBANGAN ALUMNI

Dipindai dengan CamScanner

POLITEKNIK STMI JAKARTA

KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN RI

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

JUDUL TUGAS AKHIR :

"PENGARUH *TECHNICAL SALES SKILL*, DAN *NON TECHNICAL SALES SKILL* TERHADAP KINERJA TENAGA PENJUALAN DENGAN KEPERCAYAAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVIENING"

DISUSUN OLEH :

NAMA	**: CEVIN CHRISTIAN NABABAN**
NIM	**: 1715126**
PROGRAM STUDI	**: ADMINISTRASI BISNIS OTOMOTIF**

Telah Diperiksa dan Disetujui untuk

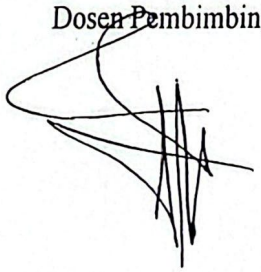
Diajukan dan Dipertahankan dalam Ujian Tugas Akhir

Politeknik STMI Jakarta

Menyetujui,

Jakarta, 09 Agustus 2019

Dosen Pembimbing



Bambang Gunadi, S.H.,M.Si.

NIP : 195807201984031002

Dipindai dengan CamScanner

LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL TUGAS AKHIR

"PENGARUH *TECHNICAL SALES SKILL* DAN *NON TECHNICAL SALES SKILL* TERHADAP KINERJA TENAGA PENJUALAN DENGAN KEPERCAYAAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL *INTERVIENING*"

DISUSUN OLEH:

NAMA	: CEVIN CHRISTIAN NABABAN
NIM	: 1715126
PROGRAM STUDI	: ADMINISTRASI BISNIS OTOMOTIF

Telah Diuji oleh Tim Penguji Tugas Akhir Program Studi Administrasi Bisnis Otomotif Politeknik STMI Jakarta pada Hari Rabu Tanggal 04 September 2019

Jakarta, 04 September 2019

Menyetujui,

Penguji 1,

(Bambang Gunadi, S.H, M.Si)

Penguji 3,

(Drs. Ubaldus Upa,MSc.)

Penguji 2,

(Drs. Achmad Zawawi,MA,MM)

Penguji 4,

(Yulius Jatmiko Nuryatno,SE,MM)

POLITEKNIK STMI JAKARTA

KEMENTRIAN PERINDUSTRIAN R.I

JAKARTA

2019

Dipindai dengan CamScanner

BADAN PENGEMBANGAN SUMBER DAYA MANUSIA INDUSTRI

Kementerian Perindustrian
REPUBLIK INDONESIA

POLITEKNIK STMI JAKARTA
Jl. Letjen Suprapto No. 26 Cempaka Putih, Jakarta 10510
Telp: (021) 42886064 Fax: (021) 42888206

LEMBAR BIMBINGAN PENYUSUNAN LAPORAN TA

Nama : Cevin Christian Nababan
NIM : 1715126
Judul Laporan TA : Pengaruh *Technical Sales Skill*, dan *Non Technical Sales Skill* terhadap Kinerja Tenaga Penjualan dengan Kepercayaan Konsumen sebagai Variabel Interviening.
Pembimbing : Bambang Gunadi,S.H.,M.Si.

Tanggal	Bab	Keterangan	Paraf
20 – 05 – 2019	Penyerahan Proposal	Menyerahkan dan acc judul TA	
24 – 05 – 2019	BAB I	Pengajuan BAB I	
18 – 07 – 2019	BAB I & II	Acc BAB I dan pengajuan BAB II	
22 – 07 – 2019	BAB II	Acc BAB II	
26 – 07 – 2019	BAB III	Acc BAB III	
2 – 08 – 2019	BAB IV & V	Pengajuan BAB IV dan BAB V	
7 – 08 – 2019	BAB V & VI	Acc BAB V dan Pengajuan BAB VI	
09 – 08 – 2019	BAB VI	Acc BAB IV dan acc semua bab	

Mengetahui,

Kepala Prodi
Administrasi Bisnis Industri Otomotif

Yulius Jatmiko Nuryatno, SE, MM
NIP. 198607262014021001

Pembimbing Tugas Akhir

Bambang Gunadi,S.H.M.Si.
NIP : 195807201984031002

Dipindai dengan CamScanner

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Cevin Christian Nababan

NIM : 1715126

Program Studi : Administrasi Bisnis Otomotif

Dengan ini menyatakan bahwa hasil karya Tugas Akhir yang saya buat dengan judul :

PENGARUH *TECHNICAL SALES SKILL* DAN *NON TECHNICAL SALES SKILL* TERHADAP KINERJA TENAGA PENJUALAN DENGAN KEPERCAYAAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI KASUS PADA TENAGA PENJUALAN PT SUZUKI INDOMOBIL SALES)

- Dibuat dan diselesaikan sendiri, dengan menggunakan literatur hasil kuliah, survey lapangan, diskusi dengan Dosen Pembimbing serta buku – buku atau jurnal acuan yang tertera dalam referensi pada karya tugas akhir ini.
- Bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar Sarjana di Universitas atau Perguruan Tinggi lain, kecuali pada bagian – bagian tertentu digunakan sebagai referensi pendukung untuk melengkapi informasi dan sumber informasi dengan dicantumkan melalu referensi yang semestinya.
- Bukan merupakan karya tulis terjemahan dari kumpulan buku atau jurnal acuan yang tertera dalam referensi pada Karya Tugas Akhir saya.

Jika saya terbukti tidak memenuhi apa yang telah dinyatakan seperti diatas, maka karya Tugas Akhir saya ini dibatalkan.

Jakarta, 09 Agustus 2019

Yang Membuat Pernyataan



(Cevin Christian Nababan)

Dipindai dengan CamScanner

ABSTRAK

Technical sales skill, non technical sales skill dan kepercayaan konsemen merupakan pembahasan utama dalam penelitian ini karena mampu memberikan kontribusi terhadap kinerja tenaga penjualan untuk mendukung strategi penjualan PT Suzuki Indomobil Sales. Penelitiaan ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui analisis kinerja tenaga penjualan pada tenaga penjualan PT Suzuki Indomobil Sales. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen PT Suzuki Indomobil Sales. Ukuran sampel diambil sebanyak 96 orang responden, dengan metode *non probability sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuisioner. Teknik analisis yang digunakan adalah metode analisis jalur dengan *software SPSS versi 22.* Hasil penelitian ini menunjukan bahwa (1) *technical sales skill* secara langsung berpengaruh signifikan terhadap kinerja tenaga penjualan dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,453.(2) *non technical sales skill* secara langsung berpengaruh signifikan terhadap kinerja tenaga penjualan dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,184 (3) kepercayaan konsumen secara langsung berpengaruh signifikan terhadap kinerja tenaga penjualan dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,242. (4) *technical sales skill* secara tidak langsung berpengaruh signifikan terhadap kinerja tenaga penjualan melalui kepercayaan konsumen dengan koefisien jalur sebesar 0,085. (5) *non technical sales skill* secara tidak langsung berpengaruh signifikan terhadap kinerja tenaga penjualan melalui kepercayaan konsumen dengan koefisien jalur sebesar 0,072. (6) *technical sales skill, non technical sales skill* dan kepercayaan konsumen berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap kinerja tenaga penjualan dengan nilai sebesar 28,584.

Kata kunci : *technical sales skill, non technical sales skill, kepercayaan konsumen, kinerja tenaga penjualan, analisis jalur.*

Dipindai dengan CamScanner

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karuniaNya, Penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir sesuai dengan waktu yang sudah ditentukan. Tugas Akhir berjudul "*Pengaruh Technical Sales Skill dan Non Technical Sales Skill terhadap Kinerja Tenaga Penjualan dengan Kepercayaan Konsumen sebagai Variabel Interviening (Studi Kasus pada Tenaga Penjualan PT Suzuki Indomobil Sales*" ini merupakan salah satu persyaratan yang harus diselesaikan oleh Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Otomotif (ABO) program D4 di Politeknik STMI Jakarta.

Penulis menyadari bahwa terlaksananya penulisan Tugas Akhir ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

- Bapak Dr. Mustofa, S.T., M.T., selaku Direktur Politeknik STMI Jakarta d.h. Sekolah Tinggi Manajemen Industri Kementerian Perindustrian RI.
- Bapak Yulius Jatmiko Nuryatno, S.E.,M.M., selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Otomotif (ABO). Terima kasih untuk bantuan, bimbingan, motivasi dan informasi dalam proses penulisan laporan ini.
- Ibu Angelia Merdiyanti, S.TP, M.M., selaku Sekretaris Program Studi Administrasi Bisnis Otomotif (ABO). Terima kasih untuk bantuan, informasi dan motivasi dalam proses penulisan laporan ini.
- Bapak Bambang Gunadi, S.H.,M.Si., selaku Dosen Pembimbing. Terima kasih untuk bantuan, dorongan, bimbingan, motivasi, dan waktu yang telah diluangkan untuk penulis dalam proses penulisan tugas akhir ini.
- Seluruh Dosen Pengajar Politeknik STMI Jakarta, khususnya dosen – dosen jurusan Administrasi Bisnis Otomotif, yang telah memberikan ilmu dan semoga menjadi ilmu yang bermanfaat sehingga menjadi amal kebaikan bagi kita semua.
- Oppung, Bapak, Mama, Kakak, Adik dan semua keluarga besar saya yang selalu mensupport dalam mengerjakan tugas akhir. Terimakasih atas doa atas

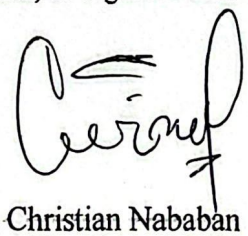
Dipindai dengan CamScanner

dorongan, motivasi serta semua doa yang telah dipanjatkan.

- Aditya Abdullah Permana, Heydar Lazhuardy, Ams Julio Simatupang, Bontor Christian Sitorus, Firman Prayoga, Gilang Surya Wartani, Reynaldo BPWP, Ahmad Furqon, Meviabriani Soraya, Ervi Maqfiroh, Friska Irene Pasaribu, Aisyah Fitri, Ivilna Novianti, Rahayu, Geng Forum Sianida, Muhammad Iqbal Seftiyadi, Zaki Laudza, Moch. Jaelani, M.Irfan Nur Syamsi, Moh. Yogie Isvansyah, M. Faiz Nugroho, Mahmud Riyanto selaku teman diskusi sekaligus yang selalu memberikan dukungan dan masukan selama pelaksanaan bimbingan serta membantu penulis dalam penyusunan Tugas Akhir.
- Seluruh responden penelitian yang telah meluangkan waktunya dan memberikan informasi untuk membantu penyelesain tugas akhir ini.
- HIMABO dan Rekan – rekan seperjuangan Administrasi Bisnis Otomotif (ABO) angkatan 2015 yang telah memberikan saran kepada penulis selama menyelesaikan tugas akhir ini.
- Dan seluruh pihak yang tak dapat penulis sebutkan namanya namun juga turut serta telah membantu dalam penyusunan Laporan Praktik Kerja Lapangan.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari kesempurnaan dengan segala kekurangannya. Untuk itu penulis mengharapkan adanya kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan dari Tugas Akhir ini. Penulis berharap, semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi rekan – rekan mahasiswa dan pembaca.

Jakarta, 09 Agustus 2019



Cevin Christian Nababan

Dipindai dengan CamScanner

MILIK PERPUSTAKAAN STMI
Membaca : Ibadah, Mengambil : Dosa

DAFTAR PUSTAKA

ABSTRAK.....vi
KATA PENGANTAR.....vii
DAFTAR ISI.....x
DAFTAR GAMBAR.....xiii
DAFTAR TABEL.....xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....xiv
BAB I PENDAHULUAN.....1
I.1 Latar Belakang.....1
I.2 Rumusan Masalah.....5
I.3 Batasan Masalah.....5
I.4 Tujuan Penelitian.....6
I.5 Manfaat Penelitian.....6
I.5.1 Manfaat Praktiis.....6
I.5.2 Manfaat Teoritis.....7
I.6 Hipotesa Penelitian.....7
I.7 Sistematika Penulisan.....8
BAB II LANDASAN TEORI.....10
II.1 Kinerja Tenaga Penjualan.....10
II.1.1 Indikator Kinerja Tenaga Penjualan.....11
II.2 Kepercayaan Konsumen.....12
II.2.1 Indikator Kepercayaan Konsumen.....13
II.3 *Technical Sales Skill*.....14
II.3.1 Indikator *Technical Sales Skil*.....15
II.4 *Non Technical Sales Skill*.....16
II.4.1 Indikator *Non Technical Sales Skill*.....16
II.5 Penelitian Terdahulu.....19
II.6 Kontelasi Penelitian.....25
II.7 *Path Analysis*.....26

Dipindai dengan CamScanner

II.8 Kerangka Berpikir.....30
II.8.1 Hubungan *Technical Sales Skill,* Kepercayaan Konsumen serta Kinerja Tenaga Penjualan.....31
II.8.2 Hubungan *Non Technical Sales Skill,* Kepercayaan Konsumen serta Kinerja Tenaga Penjualan.....31
II.8.3.Hubungan Kepercayaan Konsumen terhadap Kinerja Tenaga Penjualan.....33

BAB III METODE PENELITIAN 34
III.1 Populasi dan Sampel 34
III.1.1 Populasi.....34
III.1.2 Sampel.....34
III.2 Ruang Lingkup Penelitian.....35
III.3 Sumber Data Penelitian 36
III.4 Metode Pengumpulan Data 36
III.4.1 Metode Kuesioner.....36
III.4.2 Metode Wawancara.....37
III.4.3 Metode Observasi.....37
III.4.3 Metode Dokumentasi.....38
III.5 Instrumen Penelitian.....38
III.6 Variabel Penelitian.....44
III.6.1 Variabel Dependen.....44
III.6.2 Variabel Independen.....44
III.6.3 Variabel Interviening.....45
III.7 Uji Kelayakan Instrumen.....46
III.7.1 Uji Validitas.....46
III.7.2 Uji Realibilitas.....47
III.8 Metode Analisis Data.....47
III.8.1 Analisis Deskriptif.....47
III.9 Uji Asumsi Klasik.....48

Dipindai dengan CamScanner

III.9.1 Uji Normalitas Liliefors.....48
III.9.2 Uji Linieritas.....48
III.9.3 Uji Homogenitas.....49
III.10 Uji Koefisien Determinasi (Uji R2).....50
III.11 Analisis Jalur (*Path Analysis*).....50
III.12 Uji Hipotesis.....54
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA.....55
IV.1 Gambaran Umum Perusahaan.....55
IV.1.1 Profil Perusahaan.....55
IV.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....55
IV.1.3 Sejarah Perusahaan.....56
IV.1.4 Struktur Organisasi.....58
IV.2 Data Penelitian.....59
IV.2.1 Gambaran Objek Penelitian.....59
IV.2.2 Penentuan Range Analisis Deskriptif.....63
IV.2.3 Deskripsi Variabel Penelitian.....63
BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....68
V.1 Uji Validitas Data.....68
V.2 Uji Reliabilitas.....84
V.3 Uji Asumsi Klasik.....85
V.3.1 Uji Normalitas.....85
V.3.2 Uji Linieritas.....86
V.3.3 Uji Homogenitas.....87
V.4 UjI Koefisien Korelasi.....88
V.4.1 Koefisien Korelasi Berganda.....89
V.4.2 Koefisien Korelasi Sederhana.....98
V.5 Analisis Regresi Berganda.....101
V.6 Koefisien Determinasi.....103
V.7 Pengujian Hipotesis.....104
V.7.1 Uji t.....105

Dipindai dengan CamScanner

V.8 Path Analysis.....117
V.9 Uji Sobel.....122
V.9 Pembahasan.....123
V.9.1 Pengaruh *Technical Sales Skill* Terhadap Kinerja Tenaga Penjualan.....123
V.9.2 Pengaruh *Non Technical Sales Skill* Terhadap Kinerja Tenaga Penjualan.....124
V.9.3 Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Kinerja Tenaga Penjualan.....124
V.9.4 Pengaruh Technical Sales Skill terhadap Kepercayaan Konsumen.....125
V.9.5 Pengaruh Non Technical Sales Skill terhadap Kepercayaan Konsumen.....125
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....127
6.1 Kesimpulan.....127
6.2 Saran.....128
DAFTAR PUSTAKA.....129

Dipindai dengan CamScanner

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Kontelasi Penelitian.....23
Gambar II.2 Jenis Umum Model Path Analysis 27
Gambar II.3 Diagram Jalur Hubungan Kausal X1, X2, dan Z ke Y.....27
Gambar II.4 Sub Struktur 1 Hubungan Kausal X1 dan X2 ke Z.....28
Gambar II.5 Sub Struktur 2 Hubungan Kausal X1, X2 dan Z ke Y.....28
Gambar III.1 Diagram Jalur Hubungan Struktur X1, X2 dan Z terhadap Y.....51
Gambar IV.1 Stuktur Organisasi PT Suzuki Indomobil Sales.....58
Gambar V.1 Diagram Uji t Technical Sales Skill terhadap
Kepercayaan Konsumen.....94
Gambar V. 2 Diagram Uji t Non Technical Sales Skill terhadap
Kepercayaan Knonsumen.....95
Gambar V.3 Diagram Uji t *Technical Sales Skill* terhadap
Kinerja Tenaga Penjualan.....113
Gambar V.4 Diagram Uji t *Non Technical Sales Skill* terhadap
Kinerja Tenaga Penjualan.....114
Gambar V. 5 Diagram Uji t Kepercayaan Konsumen terhadap
Kinerja Tenaga Penjualan.....114
Gambar V.6 Diagram Uji F.....116
Gambar V.7 Diagram Jalur Hubungan Struktur X1, X2 dan Z terhadap Y.....117
Gambar V.8 Diagram Jalur Hubungan Struktur X1 dan X2 terhadap Z.....118
Gambar V.9 Diagram Jalur Hubungan Struktur X1, X2, dan Z terhadap Y.....120

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Tabel T dan F.....130
Lampiran 2 Rekapitulasi Jawaban Kuesioner.....150
Lampiran 3 Hasil Perhitungan dengan SPSS versi 24.0.....180

Dipindai dengan CamScanner

DAFTAR TABEL

Tabel II.1 Penelitian Terdahulu.....19
Tabel III.1 Instrumen Penelitian Variabel X1, X2, Z dan Y.....39
Tabel IV.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....59
Tabel IV.2 Data Responden Berdasarkan Usia.....60
Tabel IV.3 Data Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....60
Tabel IV.4 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan.....61
Tabel IV.5 Data Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Produk.....62
Tabel IV.6 Deskripsi Variabel *Technical Sales Skill* (X1) dan Perhitungan Skornya.....64
Tabel IV.7 Deskripsi Variabel *Non Technical Sales Skill* (X2) dan Perhitungan Skor.....65
Tabel IV.8 Deskripsi Variabel Kepercayaan Konsumen (Z) dan Perhitungan Skor.....66
Tabel IV.9 Deskripsi Variabel Kinerja Tenaga Penjualan (Y) dan Perhitungan Skor.....67
Tabel V.1 Uji Validitas Manual Hasil Uji Validitas *Technical Sales Skill*.....68
Tabel V.2 Uji Validitas Manual Hasil Uji Validitas *Non Technical Sales Skill*.....71
Tabel V.3 Uji Validitas Manual Hasil Uji Validitas Kepercayaan Konsumen.....74
Tabel V.4 Uji Validitas Manual Hasil Uji Validitas Technical Sales Skill.....79
Tabel V.5 Uji Validitas SPSS Hasil Uji Validitas Technical Sales Skill, Non Technical Sales Skill, Kepercayaan Konsumen dan Kinerja Tenaga Penjualan.....83
Tabel V.6 Hasil Uji Reliabilitas.....84
Tabel V.7 Hasil Uji Normalitas 85

Dipindai dengan CamScanner

Tabel V.8 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi
Koefisien Korelasi.....89
Tabel V.9 Tabel Penolong Koefisien Korelasi
dan Regresi Berganda.....93
Tabel V.11 Tabel Penolong Uji T.....109
Tabel V.12 Tabel Summary Sub-Struktur 1.....118
Tabel V.13 Tabel *Coefficients* Sub-Struktur 1.....119
Tabel V.14 Tabel *Summary* Sub-Struktur 2.....120
Tabel V.15 Tabel Coefficients Sub-Struktur 2.....121
Tabel V.16 Ringkasan Hasil Perhitungan Model.....123

Dipindai dengan CamScanner

MILIK PERPUSTAKAAN STMI
Membaca : Ibadah, Mengambil : Dosa

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 LATAR BELAKANG

Dalam perkembangan persaingan industri otomotif menuntut setiap perusahaan otomotif untuk menjadi terbaik dan terdepan dalam memberikan kepuasan konsumen yang baik. Dalam hal penyediaan produk dan jasa, kualitas menjadi tonggak utama yang diperhatikan oleh konsumen. Oleh karena itu perusahaan semakin berlomba-lomba dalam pembuatan inovasi agar menarik minat konsumen.

Ketatnya persaingan mengakibatkan persaingan sudah menjadi hal yang tidak bisa dihindari oleh perusahaan, sehingga perusahaan harus mempersiapkan strategi pemasaran dan juga didukung oleh sumber daya manusia yang tangguh. Strategi pemasaran yang tepat dapat memberikan keuntungan positif bagi perusahaan dalam meningkatkan volume penjualan dan pangsa pasar demi memenangkan pasar persaingan. Kemudian di dalam penyusunan strategi pemasaran perlu adanya sebuah individu/kelompok yang menjadi motor penggerak menjalankan strategi tersebut. Disinilah diperlukan *Human Resource* atau Sumber Daya Manusia untuk mengeksekusi strategi tersebut. SDM yang diperlukan pun bukan hanya sekedar SDM biasa. Di zaman persaingan yang ketat ini, selain strategi yang berkualitas maka perlu manusia yang berkualitas juga untuk mengimplementasikan perencanaan strategi tersebut.

Dalam rangka mendukung keberhasilan perusahaan, maka dibutuhkan dukungan tenaga penjualan dalam perusahaan. Dukungan tenaga penjualan dalam sebuah perusahaan memiliki peranan yang sangat penting sebagai ujung tombak perusahaan dalam memaksimalkan keuntungan dan penjualan. Tenaga penjualan juga dapat menjembatani antara perusahaan dengan konsumen mereka. Selain itu, tenaga penjualan juga harus mengerti selera konsumen dan selera pasar, selanjutnya mereka akan memberikan informasi kepada perusahaan, dan diharapkan perusahaan dapat merespon dengan baik. Di dalam keseheraiannya menghadapi konsumen, tenaga penjualan juga harus memiliki beberapa aspek yang mumpuni agar dapat membuat konsumen yakin

Dipindai dengan CamScanner

untuk membeli produk dan menggunakan jasa yang ditawarkan. Salah satu aspek yang mumpuni untuk meyakini konsumen yakni *skill*.

Menurut Ahmad (2010), *sales skill* dibagi menjadi empat yaitu, *Interpersonal skill, Salesmanship skill, Technical skill dan Marketing skill*. Menurut Sutono (2004:178), *technical skill* berkaitan dengan ketrampilan mengenai pengetahuan tentang produk, pengetahuan tentang konsumen dan pengetahuan tentang pesaing. Tenaga penjualan yang mempunyai ketrampilan teknis yang lebih tinggi mengenai produk yang ditawarkan menampakan kinerja pengetahuan teknis yang tinggi yang akan memampukan tenaga penjualan untuk mencapai tujuan organisasi. Pengetahuan produk yang dimiliki tenaga penjualan dapat mempengaruhi kepercayaan konsumen, karena semakin bagus pengetahuan produk tenaga penjualan maka konsumen akan merasa lebih percaya. Disamping itu, pengetahuan tentang konsumen yang bagus akan membuat konsumen merasa diperhatikan dan berharga sehingga mereka akan semakin percaya dan secara otomatis dapat meningkatkan kinerja tenaga penjualan.

Menurut Rentz.et.al., (2002) dalam Arafat (2013:2), *non technical skill* atau *Interpersonal skill* berkaitan dengan ketrampilan dalam merumuskan suatu persoalan atau solusi secara tepat. Beberapa aspek dari *non technical skill* meliputi, kemampuan berkomunikasi, kemampuan bernegosiasi, penampilan tenaga penjualan, kejujuran tenaga penjualan dan tanggung jawab tenaga penjualan. Seorang tenaga penjualan yang mempunyai kemampuan berkomunikasi yang baik, maka dapat dengan mudah mendapatkan konsumen karena konsumen merasa yakin dengan apa yang tenaga penjualan sampaikan. Selain itu, didukung dengan penampilan tenaga penjualan yang meyakinkan akan meningkatkan kepercayaan konsumen sehingga dapat meningkatkan kinerja tenaga penjualan.

Kepercayaan konsumen adalah pengetahuan konsumen mengenai suatu objek, atributnya, dan manfaatnya. Berdasarkan konsep tersebut, maka pengetahuan konsumen sangat terkait dengan pembahasan sikap karena pengetahuan konsumen adalah kepercayaan konsumen. Kepercayaan konsumen atau pengetahuan konsumen menyangkut kepercayaan bahwa suatu produk memiliki berbagai atribut, dan manfaat dari berbagai atribut tersebut. Yosy (2010:2) menyatakan bahwa perusahaan dapat

Dipindai dengan CamScanner

dikenang dan diingat oleh konsumen karena kinerja tenaga penjualannya. Karena mampu dikenang oleh konsumen maka kepercayaan konsumen juga akan meningkat serta mampu meningkatkan kinerja tenaga penjualan.

Tinggi dan Rendahnya kinerja tenaga penjualan paling banyak disebabkan karena faktor kecakapan tenaga penjualan dalam berkomunikasi dengan konsumen dan tingkat pengetahuan tentang produk, sehingga konsumen bisa dapat menerima dan meyakini bahwa produk yang ditawarkan mempunyai keunggulan (Hidayah, 2001:1). Penelitian terdahulu yang mendukung penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Faisal (2012:11), menyatakan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan antara *technical skill* yang dimiliki oleh tenaga penjualan terhadap kinerja. tenaga penjualan. Semakin bagus *technical skill* yang dimiliki oleh tenaga penjualan maka semakin bagus pula kinerja tenaga penjualan tersebut. Selain itu, hasil penelitian yang dilakukan oleh Ahmad (2010:198) yang menyatakan bahwa *interpersonal Skill* atau *non technical skill* secara signifikan dapat meningkatkan kinerja tenaga penjual. Tenaga penjualan yang memiliki *non technical skill* yang semakin baik maka akan mampu menjelaskan, mempengaruhi dan mengajak konsumen untuk membeli produk yang mereka tawarkan. Kemudian kinerja tenaga penjualan dapat dicapai oleh tenaga penjualan yang mempunyai *non technical skill* yang bagus, karena semakin bagus *non technical skill* yang dimiliki tenaga penjualan maka semakin bagus pula kinerja tenaga penjualan tersebut.

Begitu pentingnya pengaruh kemampuan yang dimiliki tenaga penjualan baik *technical skill* atau *non technical skill* sehingga telah banyak dilakukan penelitian sebelumnya. Penelitian – penelitian sebelumnya banyak dilakukan pada industri jasa seperti perbankan, asuransi dan juga otomotif. Oleh karena itu terdapat ketertarikan untuk meniliti pada perusahaan manufaktur otomotif.

Suzuki Indomobil Motor adalah salah satu perusahaan manufaktur otomotif yang bertindak sebagai Agen Pemegang Merk (APM) yang menjadi perwakilan perusahaan *Suzuki Motor Coorporation* (SMC) yang berasal dari Jepang untuk negara Indonesia. PT SIM memiliki anak perusahaan yang bernama anak perusahaan bernama PT Suzuki Indomobil Sales dengan cakupan saham 99% dimiliki oleh PT SIM dan 1%

Dipindai dengan CamScanner

dimiliki oleh PT Indomobil Sukses Internasional (ISI). PT SIS yang bertindak sebagai *sole distributor* dari semua produk Suzuki 4W. PT SIS menjadi agen yang memegang hak penuh pada manajemen pemasaran dan manajemen penjualan produk Suzuki. PT SIS menerapkan sistem penjualan secara *direct selling* (penjualan langsung kepada konsumen) dan juga membuat beberapa kebijakkan dalam pemasaran dan penjualan produk Suzuki 4W. Pada sistem penjulan langsung (*direct selling*) kemampuan tenaga penjualan seperti kemampuan teknik dan non teknik sangat ditonjolkan, karena tenaga penjualan akan bertemu langsung dengan konsumen dan konsumen bisa langsung memberikan penilaian mengenai kinerja tenaga penjualan serta memberikan dampak terhadap kepercayaan konsumen.

Berdasarkan hasil wawancara singkat juga terhadap salah satu tenaga penjualan yang baru dikategorikan pemula di *Dealer* Suzuki Buana Trada – Pulugadung didapatkan juga sebuah masalah bahwa beberapa dari mereka juga mengakui belum *capable* untuk berhadapan dengan konsumen dikarenakan beberapa tenaga penjual belum mengerti tentang materi yang disampaikan saat pelatihan. Baik itu untuk materi tentang produk yang akan dijual dan materi tentang *softskill* untuk mendukung aktivitas penjualan mereka. Dan diakui juga, target yang belum maksimal dicapai dikarenakan para tenaga penjualan belum memiliki modal yang maksimal dikala menghadapi konsumen yang notabene memiliki latar belakang yang bermacam-macam.

Berdasarkan uraian diatas, muncul ketertarikan untuk melakukan penelitian dengan judul yang diambil yaitu, **"Pengaruh *Technical Sales Skill* dan *Non Technical Sales Skill,* terhadap Kinerja Tenaga Penjualan dengan Kepercayaan Konsumen sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Tenaga Penjualan 4W *(four wheel)* PT. Suzuki Indomobil Sales)."**

Dipindai dengan CamScanner

I.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka penulis membuat rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh *technical sales skill* terhadap kepercayaan konsumen di PT SIS ?
2. Bagaimana pengaruh *non technical sales skill* terhadap kepercayaan konsumen di PT SIS ?
3. Bagaimana pengaruh *technical sales skill* terhadap kinerja tenaga penjualan di PT SIS ?
4. Bagaimana pengaruh *non technical sales skill* terhadap kinerja tenaga penjualan di PT SIS ?
5. Bagaimana pengaruh kepercayaan konsumen terhadap kinerja tenaga penjualan di PT SIS ?
6. Apakah kepercayaan konsumen merupakan variabel interviening antara *technical sales skill* terhadap kinerja tenaga penjualan di PT SIS ?
7. Apakah kepercayaan konsumen merupakan variabel interviening antara *non technical sales skill* terhadap kinerja tenaga penjualan di PT SIS ?

I.3 BATASAN MASALAH

Batasan masalah pada penilitian ini mencakup pada beberapa hal, yakni :

1. Ruang lingkup permasalahan yang dibahas ditujukkan kepada Tenaga Penjualan yang berada di *dealer-dealer* yang dibawah naungan PT. Suzuki Indomobil Sales yang berada di wilayah Jakarta.
2. Aspek yang diteliti ialah pengaruh pada satu variabel terhadap variabel lainnya tanpa harus menambahkan variabel lain untuk dijadikan bahan penelitian.

Dipindai dengan CamScanner

I.4 TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini dimaksudkan untuk :

1. Untuk mengetahui pengaruh faktor *technical sales skill* terhadap kepercayaan konsumen di PT SIS.
2. Untuk mengetahui pengaruh faktor *non technical sales skill* terhadap kepercayaan konsumen di PT SIS.
3. Untuk mengetahui pengaruh faktor *technical sales skill* terhadap kinerja tenaga penjualan di PT SIS.
4. Untuk mengetahui pengaruh faktor *non technical sales skill* terhadap kinerja tenaga penjualan di PT SIS.
5. Untuk mengetahui pengaruh faktor kepercayaan konsumen terhadap kinerja tenaga penjualan di PT SIS.
6. Untuk mengetahui faktor *technical sales skill* melalui faktor kepercayaan konsumen berpengaruh secara tidak langsung terhadap kinerja tenaga penjualan di PT SIS.
7. Untuk mengetahui faktor *non technical sales skill* melalui faktor kepercayaan konsumen berpengaruh secara tidak langsung terhadap kinerja tenaga penjualan di PT SIS.

I.5 MANFAAT PENELITIAN

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah diuraikan diatas, maka penelitian ini mempunyai manfaat sebagai berikut:

I.5.1 Manfaat Praktis

Memberikan bahan masukan dan pertimbangan bagi perusahaan dalam pengambilan keputusan dan diharapkan akan membantu tenaga penjualan untuk lebih menggali dan memahami faktor-faktor yang berpotensi untuk meningkatkan kemampuan tenaga penjualan dan kepercayaan konsumen terhadap tenaga penjualan dan juga produk yang mereka tawarkan.

Dipindai dengan CamScanner

I.5.2 Manfaat Teoritis

1. Sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya serta untuk pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dibidang manajemen pemasaran.
2. Sebagai wawasan bagi pembaca mengenai faktor-faktor dan cara meningkatkan kepercayaan konsumen serta kinerja tenaga penjualan dan memberikan kontribusi bagi pengembangan bidang riset kinerja tenaga penjualan.

I.6 HIPOTESA PENELITIAN

Hipotesis dapat diartikan sebagai suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian yang ingin dipecahkan (Ferdinand, 2011:64). Hipotesis yang diajukan sebagai jawaban sementara terhadap permasalahan yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1) Ho : *Technical sales skill* tidak berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap kepercayaan konsumen di PT SIS.
   Ha : *Technical sales skill* berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap kepercayaan konsumen di PT SIS.
2) Ho : *Non technical sales skill* tidak berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap kepercayaan konsumen di PT SIS.
   Ha : *Non technical sales skill* berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap kepercayaan konsumen di PT SIS.
3) Ho : *Technical sales skill* tidak berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap kinerja tenaga penjualan di PT SIS.
   Ha : *Technical sales skill* berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap kinerja tenaga penjualan di PT SIS.
4) Ho : *Non technical sales skill* tidak berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap kinerja tenaga penjualan di PT SIS.
   Ha : *Non technical sales skill* berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap kinerja tenaga penjualan di PT SIS.

Dipindai dengan CamScanner

5) Ho : Kepercayaan konsumen tidak berpengaruh secara langsung dan siginifikan terhadap kinerja tenaga penjualan di PT SIS.

Ha : Kepercayaan Konsumen berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap kinerja tenaga penjualan PT SIS.

6) Ho : Kepercayaan konsumen tidak dapat menjadi variabel *interviening* antara *technical sales skill* dan kinerja tenaga penjualan di PT SIS.

Ha : Kepercayaan konsumen merupakan variabel *interviening* antara *technical sales skill* dan kinerja tenaga penjualan di PT SIS.

7) Ho : Kepercayaan konsumen tidak dapat menjadi variabel *interviening* antara *non technical sales skill* dan kinerja tenaga penjualan di PT SIS.

Ha : Kepercayaan konsumen merupakan variabel *interviening* antara *non technical sales skill* dan kinerja tenaga penjualan di PT SIS.

I.7 SISTEMATIKA PENULISAN

Untuk memudahkan pengkajian, penulisan, pembahasan, dan penyusunan laporan tugas akhir ini, maka peneliti membuat sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan latar belakang, pokok permasalahan, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini merupakan bagian yang berisi dasar-dasar teori atau konsep yang digunakan sebagai dasar pemikiran ilmiah untuk membahas dan menganalisa permasalahan yang ada.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Berisikan langkah-langkah yang dilakukan penulis dalam memecahkan masalah yang ada.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Dipindai dengan CamScanner

Berisikan pengumpulan data-data yang dibutuhkan untuk pengolahan data sesuai dengan metode yang dipilih, pengolahan data tersebut akan digunakan dalam analisa data.

BAB V ANALISA DAN PEMBAHASAN

Berisikan analisis data yang merupakan tindak lanjut dari pengumpulan serta pengolahan data melalui metode yang diterapkan yang dilakukan pada BAB IV, dan untuk menjawab rumusan masalah yang diutarakan pada BAB I.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Berisikan kesimpulan dari hasil analisis pembahasan dan saran-saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi PT Suzuki Indomobil Sales.

Dipindai dengan CamScanner

MILIK PERPUSTAKAAN STMI
Membaca : Ibadah, Mengambil : Dosa

BAB II
LANDASAN TEORI

II.1 KINERJA TENAGA PENJUALAN

Kinerja tenaga penjualan menurut Baldauf *et al.*,(2001), adalah sebuah evaluasi dari kontribusi tenaga penjual terhadap pencapaian tujuan organisisasi. Kinerja tenaga penjual memberikan pengaruh positif terhadap efektivitas organisasi penjualan, disamping faktor lainnya yang dapat mempengaruhi efektivitas keseluruhan serta faktor – faktor lain yang berada diluar kendali tenaga penjualan (seperti persaingan, potensi pasar dan perubahan pasar). Kemampuan tenaga penjual dalam mencapai target yang ditetapkan dan memberikan kontribusi merupakan hal penting yang harus dipertimbangkan dalam efektivitas organisasi penjualan. Sedangkan menurut Plank dan Reid (1994) dalam Hidayah (2001:16), kinerja tenaga penjualan didefinisikan sebagai penilaian terhadap perilaku dalam bekerja. Konsep kualitas perilaku ini merefleksikan aktivitas tenaga penjualan yang menunjukan hasilyang berbeda-beda.

Menurut Dubinsky, *et. al*., (1992) dalam Setiobudi (2007:55), kinerja atau sesuatu yang dicapai atau kemampuan atau prestasi yang diperlihatkan tenaga penjualan bisa juga diartikan sebagai tingkatan sampai sejauh mana para tenaga penjualan melaksanakan tanggung jawab dan tugas mereka. Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa dengan terlampauinya target penjualan pada suatu perusahaan, akan menunjukkan kesungguhan tenaga penjual dalam mengerjakan tugas dan tanggung jawabnya.

Berdasarkan pemaparan diatas, maka dapat disimpulkan pengertian kinerja tenaga penjualan ialah sebuah cara untuk menilai kemampuan seseorang untuk bekerja atau melaksanakan tugas yang dikehendaki. Hal itu diukur lewat dari target penjualan yang dapat terpenuhi karena dengan terpenuhinya target maka dapat dikatakan tenaga penjualan tersebut mampu memenuhi aspek tanggung jawab dalam pekerjaannya.

Dipindai dengan CamScanner

II.1.1 INDIKATOR KINERJA TENAGA PENJUALAN

Menurut Baldauf & Cravens (2002:1368-1388), kinerja tenaga penjual ditentukan oleh perilaku tenaga penjual secara individual. Dengan demikian, kinerja tenaga penjual dapat dievaluasi dengan menggunakan faktor-faktor yang dapat dikendalikan oleh tenaga penjual itu sendiri dan dapat diukur melalui:

a. Total volume penjualan: tingkat penjualan yang dihasilkan oleh tenaga penjualan tersebut dalam periode tertentu.
b. Pencapaian target penjualan: target penjualan yang ditentukan oleh perusahaan atau tenaga penjualan itu sendiri, serta bagaimana tenaga penjualan mencapai target penjualan tersebut.
c. Penjualan produk dengan profit margin tinggi: keuntungan tinggi yang didapat dari penjualan.
d. Menghasilkan porsi pasar tinggi: tenaga penjualan dapat memberikan pangsa pasar yang bagi produk yang ditawarkan.
e. Menghasilkan tingkat penjualan yang tinggi: penjualan produk yang tinggi yang mampu menghasilkan keuntungan bagi perusahaan atau tenaga penjualan tersebut.

Penelitian yang dilakukan Ferdinand, (2004) mengukur kinerja tenaga penjualan berdasarkan:

a. Volume penjualan : tingkat penjualan yang diperoleh oleh tenaga penjualan dalam satu periode.
b. Pertumbuhan penjualan: pertumbuhan penjualan yang dihasilkan tenaga penjualan dari setiap penjualannya.
c. Pertumbuhan pelanggan: bertambahnya pelanggan baru pada setiap periode penjualan yang dilakukan oleh tenaga penjualan.

Indikator untuk mengukur kinerja tenaga penjualan yang digunakan dalam penelitian ini merujuk pada penelitian Ferdinand (2004). Indikator yang digunakan adalah volume penjualan, pertumbuhan penjualan, dan pertumbuhan pelanggan karena dinilai dapat sesuai dengan tujuan penilitian ini. Dan peneliti

Dipindai dengan CamScanner

melihat situasi terhadap populasi dan sampel yang akan diteliti nantinya. Jadi indikator ini dianggap memenuhi keadaan tersebut.

II.2 KEPERCAYAAN KONSUMEN

Menurut Kotler dan Keller (2012) kepercayaan adalah kesediaan perusahaan untuk bergantung pada mitra bisnis. Kepercayaan tergantung pada beberapa faktor antar pribadi dan antar organisasi seperti kompetensi, integritas, kejujuran dan kebaikan hati. Membangun kepercayaan bisa menjadi hal yang sulit dalam situasi online, perusahaan menerapkan peraturan ketat kepada mitra bisnis online mereka dibanding mitra lainnya. Pembeli bisnis khawatir bahwa mereka tidak akan mendapatkan produk atau jasa dengan kualitas yang tepat dan dihantarkan ke tempat yang tepat pada waktu yang tepat, begitupun sebaliknya.

Menurut Mayer *et al*, (1995), kepercayaan konsumen didefinisikan sebagai kesediaan satu pihak untuk menerima resiko dari tindakan pihak lain berdasarkan harapan bahwa pihak lain akan melakukan tindakan penting untuk pihak yang mempercayainya, terlepas dari kemampuan untuk mengawasi dan mengendalikan tindakan pihak yang dipercaya.

Jadi dapat disimpulkan dari paparan teori diatas bahwa kepercayaan konsumen ialah bentuk hasil yang terjadi dikarenakan adanya hubungan timbal-balik yang baik antara dua pihak yang terlibat. Dimana pihak yang satu dikatakakan sebagai konsumen yang merasa memliki ekspektasi tinggi terhadap kemampuan pihak lain yang dinamakan tenaga penjual. Ekspektasi ini dihasilkan lewat kemmapuan tenaga penjual untuk meyakinkan konsumen terhadap produk dan jasa yang akan dirasakan oleh konsumen.

Dipindai dengan CamScanner

II.2.1 INDIKATOR KEPERCAYAAN KONSUMEN

Menurut Mayer *et al.*,(1995) faktor kepercayaan seseorang terdapat tiga poin yaitu :

a. Kecakapan (*ability*) mengacu pada kompetensi dan karakteristik penjual atau organisasi dalam mempengaruhi dan mengotorisasi wilayah yang spesifik.

b. Kebaikan hati (*benevolence*) merupakan kemauan penjual dalam memberikan kepuasan konsumen dengan memberikan kepedulian dan menjaga perasaan konsumen.

c. Integritas (*integrity*) berkaitan dengan bagaimana perilaku atau kebiasaan tenaga penjualan dalam menjalankan bisnisnya.

Sedangkan menurut Hidayah (2001:22), untuk mengukur kepercayaan konsumen, konsumen melihat dari hal – hal sebagai berikut:

1. Memiliki Keteguhan: konsumen akan percaya terhadap seorang tenaga penjualan yang memiliki keteguhan dalam menawarkan produk.
2. Memiliki Keyakinan: konsumen akan percaya terhadap seorang tenaga penjualan yang memilkik keyakinan dalam menawarkan produk.
3. Memiliki Kemantapan: konsumen akan percaya terhadap seorang tenaga penjualan yang memilkik kemantapan dalam menawarkan produk dan memberikan informasi mengenai produk kepada konsumen.

Kemampuan tenaga penjualan membangun hubugan yang berkualitas dengan pelanggan, menuju hubungan yang terintegratif akan mempermudah jalan bagi tenaga penjualan mendapatkan kepercayaan dari pelanggan. Hubungan yang baik antara konsumen dengan tenaga penjualan dapat dijadikan cara untuk mempertahan konsumen dan mampu menciptakan konsumen baru.

Indikator untuk mengukur kepercayaan konsumen yang digunakan dalam penelitian ini merujuk pada penelitian Mayer *et al.*, (1995). Indikator yang digunakan adalah kecakapan (*ability*), kebaikan hati (*benevolence*) dan integritas (*integrity*).

Dipindai dengan CamScanner

II.3 KEMAMPUAN TEKNIK TENAGA PENJUALAN (*TECHNICAL SALES SKILL*)

Menurut Ahmad (2010:188) keterampilan teknik tenaga penjualan (*Technical Sales skill*) merupakan salah satu keterampilan yang dimiliki tenaga penjual dalam rangka mendukung kegiatan penjualannya, keterampilan teknis misalnya seperti : pengetahuan mengenai informasi desain dan spesifikasi dari produk, kemudian aplikasi dan fungsi dari produk yang ditawarkan kepada pelanggan (penguasaan *Product Knowledge*).

Sedangkan menurut Baldauf dan Cravens (2002:1371) kemampuan teknik mengacu pada perilaku tenaga penjualan dalam menyediakan informasi tentang fitur dan spesifikasi produk serta penggunaan dan fungsi produk dan jasa. Aspek keahlian Tenaga Penjual dalam aktivitas penjualan sebagai sebuah atribut dari tenaga penjual. Hal ini berarti bahwa baik tidaknya kinerja seorang tenaga penjual terletak pada kemampuan seorang tenaga penjual dalam menjalankan aktivitas penjualan secara efektif..

Badger, *et al.*, (2000) dalam Arafat (2 0 1 3 : 1 6), menyatakan bahwa keahlian dapat mempermudah dan membentuk sebuah pemahaman serta implementasi atas hubungan strategis antara perusahaan dengan konsumennya.

Berdasarakan paparan diatas maka dapat disimpulkan bahwa *Technical Sales Skill* adalah keahlian yang secara teknik yang dimiliki tenaga penjual dalam aktivitas menjual yang meliputi pengetahuan tentang produk (*Product Knowledge*).

Adanya keterampilan teknik, tenaga penjual mampu memberikan pelayanan yang memuaskan dan mampu meyakinkan pelanggan untuk membeli produk yang ditawarkan. Tenaga penjualan juga harus mengetahui tentang industri dan *trend* yang sedang berkembang dimasyarakat seperti perkembangan pelanggan, perkembangan pasar, produk pesaing, kebijakan penjualan dan pengetahuan mengenai produk pesaing.

Dipindai dengan CamScanner

II.3.1 INDIKATOR *TECHNICAL SALES SKILL*

Terdapat beberapa metode yang mampu dilakukan dalam menunjang kemampuan teknik menurut Girald (2012), sebagai berikut:

1. Menulis Rencana Penjualan : membuat rencana penjualan sebagai alat navigasi dalam melakukan proses penjualan. Rencana yang telah disusun semakin memudahkan tenaga penjualan dalam melaksanakan pekerjaannya.
2. Membangun jaringan bisnis : jaringan bisnis sangat membantu dalam penjualan, karena semakin luas jaringan bisnis yang ada maka semakin terbuka pula kesempatan tenaga penjualan untuk menjual produk mereka.
3. Mengikuti dan mengadakan Pelatihan : pelatihan bagi tenaga penjualan dapat meningkatkan kinerja tenaga penjualan, pelatihan juga mampu menjadikan tim penjualan menjadi lebih baik.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Ahmad (2010:188) terdapat beberapa indikator dalam pengukuran *technical skill* tenaga penjualan, sebagai berikut:

a. Pengetahuan Produk : pengetahuan mengenai spesifikasi, fungsi dan penggunaan produk
b. Pengetahuan Pelanggan : pengetahuan mengenai apa yang dinginkan dan dibutuhkan konsumen serta mampu memberikan solusi atau saran bagi konsumen
c. Pengetahuan Pesaing : pengetahuan mengenai produk dan layanan yang digunakan pesaing serta strategi yang diterapkan oleh pesaing

Indikator untuk mengukur *technical sales skill* yang digunakan dalam penelitian ini merujuk pada penelitian Ahmad (2010). Indikator yang digunakan adalah pengetahuan produk (*product knowledge*), pengetahuan pelanggan (*customer knowledge*) dan pengetahuan pesaing (*competitor knowledge*).

Dipindai dengan CamScanner

II.4 KEMAMPUAN NON-TEKNIS TENAGA PENJUALAN (*NON-TECHNICAL SALES SKILL*)

Menurut Ahmad (2010:199) keterampilan *Interpersonal* atau *non technical skill* didefinisikan sebagai keterampilan untuk mengenali dan merespon secara layak perasaan, sikap, perilaku dan motivasi orang lain. Cara bagaimana diri kita mampu membangun hubungan harmonis dengan memahami dan merespon manusia atau orang lain. Keterampilan mendengarkan menunjukan adanya kemauan mendengarkan dari tenaga penjual dalam melakukan komunikasi yang efektif dalam penjualanya. Hal itu terlihat ketika tenaga penjual bersedia mendengarkan apa yang dibutuhkan oleh pelanggan.

Selanjutnya Rentz *et al.*, (2002), menyatakan bahwa *Interpersonal skill* (keahlian inerpersonal) merupakan keahlian seseorang dalam menangani konflik atau masalah. Dalam hal ini ditekankan bagaimana seorang sales mampu mengatasi konflik yang terjadi dalam proses menjual maupun bernegosiasi. *Interpersonal* yang dimiliki oleh seseorang terlihat jika orang yang mempunyai pengaruh yang kuat dalam mempengaruhi pembeli. Selain itu orang yang mempunyai tingkat interpersonal yang tinggi akan mampu memprediksi kesuksesan maupun kegagalan mereka disbanding orang lain. Dengan mempunyai kemampuan *interpersonal* yang tinggi, maka salesman tersebut akan memiliki kemampuan menjual lebih tinggi pula.

Berdasarkan paparan diatas dapat disimpulkan bahwa *non technical skill* adalah keterampilan untuk berkomunikasi dan berinteraksi dengan memahami dan merespon perasaan, sikap dan perilaku orang lain. Semakin tinggi kemampuan non teknis yang dimiliki oleh tenaga penjualan maka akan semakin tinggi pula kemampuan menjualnya.

II.4.1 INDIKATOR *NON-TECHNICAL SKILL*

Menurut Girald, (2012), menjual sangat bergantung pada komunikasi *interpersonal* yang efektif antara penjual dan pembeli. Dalam proses penjualan, kadar pertemuan antara penjual dan pembeli sangat tinggi dan jarak antara keduanya sangatlah dekat. Selanjutnya Scott mengatakan bahwa tenaga penjualan harus lebih banyak mendengarkan apa yang dikatakan calon konsumen dan

Dipindai dengan CamScanner

konsumen, tidak hanya mengenai produk atau layanan namun juga mengenai dunia bisnis yang ditekuni.

Indikator dapat digunakan untuk mengukur atau mengevaluasi suatu variabel penelitian. Menurut Faisal (2012), indikator yang dapat digunakan untuk mengukur *non technical skill* tenaga penjualan adalah:

a. Kemampuan Berkomunikasi : kemampuan cinta berkomunikasi secara *interpersonal* akan selalu menjadi faktor penting yang menentukan keberhasilan seseorang dalam penjualan atau berbisnis.
b. Kemampuan Bernegosiasi : kemampuan bernegosiasi dengan seluruh civitas perusahaan sangat membantu karena dalam bernegosiasi maka terjadi komunikasi dua arah, seorang tenaga penjualan yang mempunyai kemampuan benegosiasi maka akan mudah meyakinkan konsumen
c. Penampilan : Untuk menarik hati konsumen, maka perlu diperhatikan penampilan seorang penjual seperti tingkah lakunya, kesegaran wajah dengan senyum yang cerah, dan bagaimana tutur katanya.
d. Kejujuran : memberikan informasi dengan jujur, tidak melebih-lebihkan atau menutupi kekurangan produk, karena kejujuran dapat meningkatkan kredibilitas tenaga penjualan dimata konsumen.
e. Tanggung Jawab : bertanggung jawab mengenai produk yang telah dipesan oleh konsumen termasuk mengenai pengiriman barang serta bertanggungjawab apabila terjadi *complain* dari konsumen.

Tenaga penjualan harus mempunyai syarat mempunyai keperibadian yang menarik, lincah, sopan, sehat dan ulet, jujur, mengerti prinsip administrasi. Pendapat yang berbeda dikemukakan oleh Rentz *et al.*, (2002), dalam penelitiannya indikator yang digunakan untuk mengukur *non technical skill* adalah:

a. Kemampuan mendengarkan: mendengarkan berbagai keluhan dan juga mengenai pendapat konsumen tentang situasi pasar, sehingga akan mampu memberikan masuka bagi tenaga penjualan

Dipindai dengan CamScanner

b. Mempunyai sikap empati: siksap empati dibutuhkan untuk mendapatkan kepercayaan dari konsumen
c. Optimis: optimis atau yakin terhadap diri sendiri mampu meakukan dan mencapai target penjualan
d. Kemampuan obserasi: observasi dilakukan untuk mengetahui persepsi atau perasaan konsumen.

Berdasarkan pemaparan diatas, maka indikator yang diambil penulis ialah dari hasil penilitian yang dikemukakan oleh Faisal,(2002) dikarenakan terdapat kesamaan karakteristik dari tenaga penjualan yang akan dijadikan bahan sampel penilitian. Karena menurut pengaamatan penulis, indikator yang dikemukakan Faisal,(2002) cocok dengan keseharian yang dibutuhkan dari seorang tenaga penjualan di bidang otomotif. Dimana keseluruhan indikator tersebut dianggap menjadi kunci penting untuk membangun kepercayaan konsumen lewat kemampuan non teknis tenaga penjualan selain dari pengetahuan produk.

Dipindai dengan CamScanner

II.5 PENELITIAN TERDAHULU

Berikut ini merupakan beberapa penelitian terdahulu yang memiliki relevansi dalam penelitian ini seperti terlihat pada tabel II.1. berikut ini:

Tabel II.1.

Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian Terdahulu	Peneliti dan Tahun Penelitian	Variabel / Indikator	Metode Analisis Data	Hasil
1.	*Relational Communication Traits and Their Effect on Adaptiveness and Sales Performance*	Michael L. Boorom, Jerry R. Goolsby dan Rosemary P. Ramsey (1998)	1. *Communication Apprehension* 2. *Interaction Involvement* 3. *Adaptiveness* 4. *Sales Outcomes*	Analisis SEM	*1.Communication Apprehension* tidak berpengaruh terhadap *Interaction Involvement* *2.Interaction Involvement* berpengaruh langsung *terhadap Sales Outcomes* *3.Interaction Involvement* berpengaruh positif signifikan terhadap *adaptiveness*

Dipindai dengan CamScanner

					4.Adaptivene ss berpengaruh signifikan terhadap *Sales Outcomes*

Dipindai dengan CamScanner

2.	*The effect of information technology on salesperson performance*	Michael ahearne dan niels schillwaert (2000)	*1. Sales skill* *a. Market and technical knowledge* *b. Presentation skill* *c. Targeting skill* *2. Smart selling* *3. Call productivity* *4. Information technology* *5. Salesperson performance*	Analisis SEM	*Sales skill, Smart selling* dan *Call productivity* signifikan berpengaruh dalam mediasi *information technology* dan *salesperson performance*, namun *technical skill* dan *presentation skill* tidak berpengaruh
3.	Pengaruh Perilaku Etis Dan Orientasi Pelanggan Terhadap Kinerja Tenaga Penjual Sebuah Studi Pada Industri Asuransi Jiwa Semarang	Sutopo (2004)	1. Nilai pribadi 2. Perilaku etis 3. Orientasi perilaku 4. Kinerja perilaku 5. Kinerja hasil	Analisis SEM	Dukungan signifikan kinerja hasil tenaga penjual dapat tercapai dengan menerapkan perilkau etis dan orientasi pelanggan

Dipindai dengan CamScanner

4.	*The Relationship Between Sales Skil And Salesperson Performance And The Impact Of*	Ahmad S.Z., Basir M. Sah And Kitchen P.J (2010)	*1. Sales skill* *a. Interpersonal skill* *b. Salesmanship skill* *c. Technical skill* *d. Marketing skill*	Multiple Regressio n analysis model	*Interpersonal skill secara positif berpengaruh terhadap kinerja Tenaga Penjual, salesmanship*
	Organizational Commitment As Amoderator : An Empirical Study In A MalaysianTelecomunications Company		*2. Salesperson performance* *3. Organizational commitment*		*skill,technical skill, dan marketing skill tidak mempengaruhi kinerja tenaga penjual dan komitmen organisasi tidak memoderasi hubungan antara sales skill dan kinerja penjualan*

Dipindai dengan CamScanner

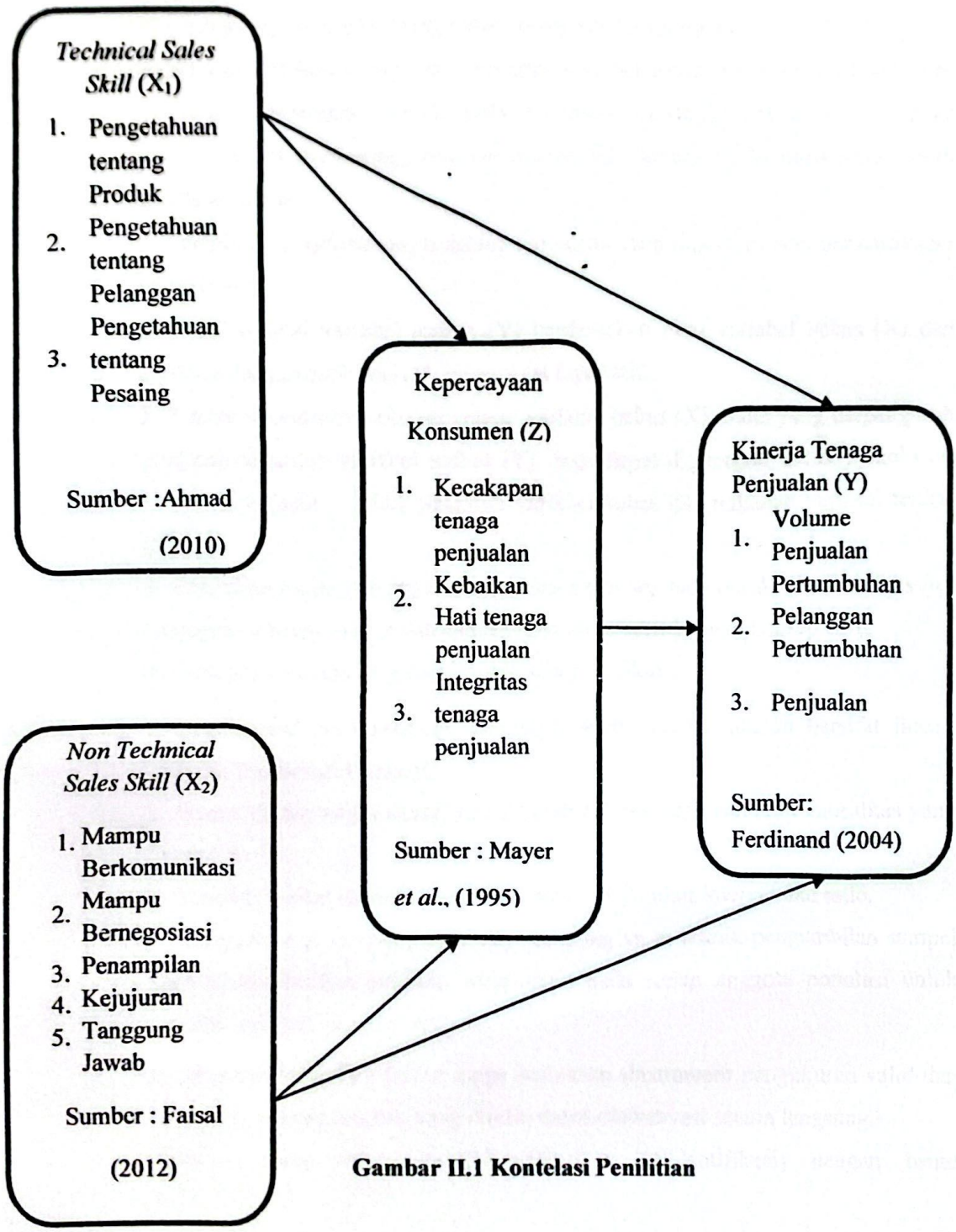
5.	*Effects of Personality Factors on Sales Performance of Takaful (Islamic Insurance) Agents in Malaysia*	Fauzilah bt Salleh,Abdul Razak bin Kamaruddin (2011)	*1. Personality* *a. self-efficacy* *b. self-monitoring* *c. locus of control* *2. salesperson performance*	Multiple Regression analysis model	*self-efficacy dan self-monitoring secara positif berpengaruh terhadap kinerja Tenaga Penjual*
6.	Analisis Pengaruh *hardskill, softskill* dan motivasi terhadap kinerja tenaga penjualan (Studi pada tenaga penjualan PT. Bumiputera di wilayah Semarang	Faisal Alam Islami dan Agusty Ferdinand (2012)	*1. Hardskill* *2. Softskill* *3. Motivasi* *4.* Kinerja Tenaga Penjualan	*Multiple Regression analysis model*	*Hardskill, Softskill* dan motivasi berpengaruh positif terhadap kinerja tenaga penjualan

Dipindai dengan CamScanner

7.	Analisis Persepsi Pelanggan Terhadap Kinerja Agen Properti dan Pengaruhnya Terhadap Kepercayaan di Surabaya	Anne Chistanti Mulya dan Edwin Japarianto, S.E., M.M (2014)	1. *Task Performance* 2. *Contextual Performance*. 3. *Adaptive Performance* 4. Kepercayaan Konsumen	*Multiple Regressio n analysis model*	*Task Performance*, *Contextual Performance* dan *Adaptive Performance* berpengaruh positif signifikan terhadap kepercayaan konsumen

Dipindai dengan CamScanner

II.6 KONTELASI PENILITIAN



Gambar II.1 Kontelasi Penilitian

Dipindai dengan CamScanner

II.7 *Path Analysis* (Analisis Jalur)

Analisis Jalur (*path analysis)* digunakan untuk menganalisis pola hubungan antar variabel dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung seperangkat variabel bebas (eksogen) terhadap variabel terikat (endogen). Model *path analysis* yang dibicarakan adalah pola hubungan sebab akibat atau "*a set of hypothesized causal asymmetric relation among the variabels*". Manfaat model *path analysis* adalah untuk :

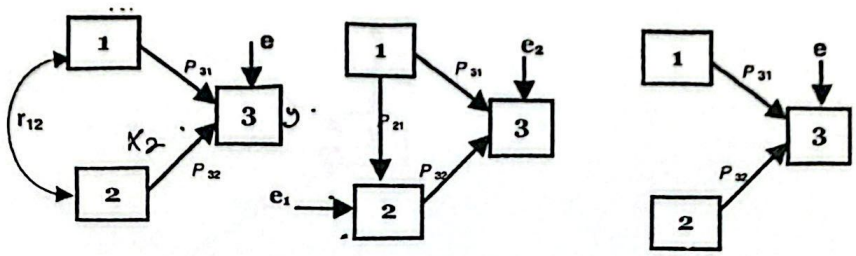
1. Penjelasan (*explanation*) terhadap fenomena yang dipelajari atau permasalahan yang diteliti.
2. Prediksi nilai variabel terikat (Y) berdasarkan nilai variabel bebas (X) dan prediksi dengan *path analysis* ini bersifat kualitatif.
3. Faktor diterminan yaitu penentuan variabel bebas (X) mana yang berpengaruh dominan terhadap variabel terikat (Y), juga dapat digunakan untuk menelusuri mekanisme (jalur – jalur) pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).
4. Pengujian model, menggunakan *theory trimming,* baik untuk uji reliabilitas (uji keajegan) konsep yang sudah ada ataupun uji pengembangan konsep baru.

Asumsi yang mendasari *path analysis* sebagi berikut :

1. Pada modal *path analysis*, hubungan antar variabel adalah bersifat linear, adaptif dan bersifat normal.
2. Hanya sistem aliran kausal ke satu arah artinya tidak ada arah kausalitas yang berbalik.
3. Variabel terikat (endogen) minimal dalam skala ukur interval dan ratio.
4. Menggunakan sampel *probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel untuk memberikan peluang yang sama pada setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.
5. *Observed variables* diukur tanpa kesalahan (instrument pengukuran valid dan *reliable*) artinya variabel yang diteliti dapat diobservasi secara langsung.
6. Model yang dianalisis dispesifikasikan (diidentifikasi) dengan benar

Dipindai dengan CamScanner

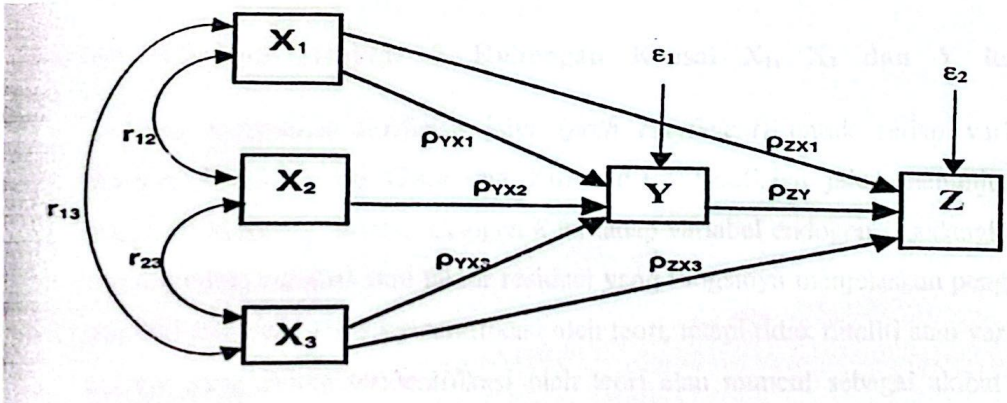
berdasarkan teori – teori dan konsep – konsep yang relevan artinya model teori yang dikaji atau diuji dibangun berdasarkan kerangka teoritis tertntu yang mampu menjelaskan hubungan kausalitas antar variabel yang diteliti.



(a) *Correlated Path Model* (b) Mediated *Path Model* (c) Independent *Path Model*

Gambar II.2 Jenis Umum Model Path Analysis

Persamaan struktural atau juga disebut model struktural yaitu apabila setiap variabel terikat/endogen (Y) secara unik keadaanya ditentukan oleh seperangkat variabel bebas/endogen (X). selanjutnya gambar yang meragakan struktur hubungan kausal antar variabel disebut diagram jalur (*path analysis*). Jadi, persamaan ini Y = F (X_1; X_2; X_3) dan Z = F (X_1; X_2; Y) merupakan persamaan structural karena setiap persamaan menjelaskan hubungan kausal yaitu variabel eksogen X_1, X_2, dan X_3 terhadap variabel endogen Y dan Z. lebih jelasnya, maka digambarkan diagram jalur untuk model structural sebagai berikut.

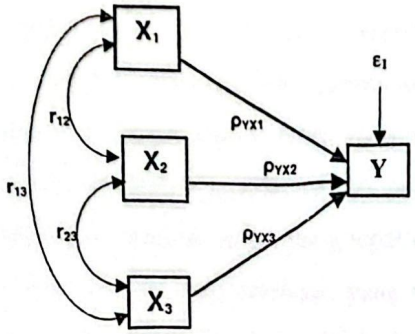


Gambar II.3 Diagram Jalur Hubungan Kausal X_1, X_2, X_3 dan Y ke Z

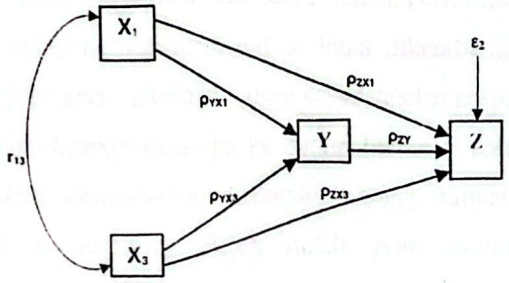
Dipindai dengan CamScanner

Persamaan struktural untuk diagram jalur yaitu :

$$Y = \rho yx1X1 + \rho yx2X2 + \rho yx3X3 + \varepsilon 1 \; Z = \rho zx1X1 + \rho zx2X2 + \rho zx3X3 + \varepsilon 2$$



Gambar II.4 Sub Struktur 1 Hubungan Kausal X_1, X_2, X_3 ke Y



Gambar II.5 Sub Struktur 2 Hubungan Kausal X_1, X_3 dan Y ke Z

ρ_{ik} merupakan koefisien jalur (*path coefficient*) untuk setiap variabel eksogen *k* (Li, Ching Chun dan Kusnendi).[31] Koefisien jalur menunjukkan pengaruh langsung variabel eksogen k terhadap variabel endogen *i*, sedangkan e_i menunjukkan variabel atau faktor residual yang fungsinya menjelaskan pengaruh variabel lain yang telah teridentifikasi oleh teori, tetapi tidak diteliti atau variabel lainnya yang belum teridentifikasi oleh teori atau muncul sebagai akibat dari kekeliruan pengukuran variabel. Sebuah diagram jalur, tanda panah berujung ganda menunjukkan hubungan korelasional dan tanda panah satu arah

Dipindai dengan CamScanner

menunjukkan hubungan kausal atau pengaruh langsung variabel eksogen (X) terhadap variabel endogen (Y).

Jadi secara sistematik *path analysis* mengikuti pola model struktural, sehingga langkah awal untuk mengerjakan atau penerapan model *path analysis* yaitu dengan merumuskan persamaan struktural dan diagram jalur yang berdasarkan kajian teori tertentu yang telah diuraikan di atas. Menurut Solimun " informasi diberikan apabila tujuan penelitian ingin mendapatkan model untuk kepentingan prediksi, maka yang tepat digunakan adalah model struktural. Model ini mirip dengan *path analysis*, yang membedakan adalah kalau di dalam *path analysis* data yang dianalisis adalah data baku (standardize), sedangkan di dalam model struktural menggunakan data mentah (raw data). Dengan demikian hasil analisis model struktural kurang tepat jika disajikan dalam bentuk diagram *path* analisis dan lebih cocok disajikan dalam sistem persamaan.

Path analysis walaupun cukup lama dikembangkan, tetapi baru dikenal secara luas oleh para ahli ilmu – ilmu sosial setelah sosiolog Otis D. Duncan pada tahun 1966 mempekenalkannya ke dalam literature sosiologi lewat tulisannya " *Path Analysis: Sociological Example* " yang dimuat dalam AJS (*American Journal of Sociological).* Sejak itulah, *path analysis* banyak dibicarakan, khususnya oleh para ahli sosiologi, bahkan diantaranya ada yang menganggap *path analysis* sebagai "*the modus operandi of sociological research*" (Miller & Stokes). Sekarang *path analysis* bukanlah monopoli para sosiolog lagi.

Dari penjelasan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa *path analysis* adalah sebuah teknik untuk memperkirakan efek satu set varibel independen memiliki hubungan pada variabel dependen dari satu set korelasi yang diamati diberikan satu set hubungan asimetris kausal yang dihipotesiskan diantara variabel – variabel. *Path analysis* memiliki dua variabel yaitu variabel bebas (eksogen) dan variabel terikat (endogen). Analisis jalur merupakan pengembangan langsung bentuk regresi berganda dengan tujuan untuk memberikan estimasi tingkat kepentingan dan signifikansi hubungan sebab akibat hipotetikal dalam seperangkat variabel.

Dipindai dengan CamScanner

II.8 KERANGKA BERPIKIR

Persaingan yang semakin ketat pada industri mengakibatkan perusahaan otomotif saling berlomba untuk menjadi yang terbaik dan terpercaya bagi konsumen. Salah satu indikator keberhasilan suatu perusahaan dapat dilihat dari

kinerja tenaga penjualan. Kinerja tenaga penjualan berkaitan dengan penilaian dalam bekerja serta bagaimana pemenuhan target oleh tenaga penjualan. Pemenuhan target dapat menjadi cerminan bagaimana kontribusi dan tanggung jawab tenaga penjualan terhadap perusahaan. Aspek dalam kinerja tenaga penjualan seperti volume penjualan, pertumbuhan pelanggan dan pertumbuhan penjualan. Untuk meningkatkan kinerja tenaga penjualan maka dibutuhkan ketrampilan yang harus dimiliki oleh tenaga penjualan, seperti *technical skill* dan *non technical skill. Technical skill* berkaitan dengan keahlian yang secara teknik yang dimiliki tenaga penjual dalam aktivitas menjual yang meliputi pengetahuan tentang produk (*Product Knowledge*). Indikator *technical skill* berkaitan dengan pengetahuan tentang produk, konsumen dan pesaing oleh tenaga penjualan. Disamping kemampuan secara teknikal, tenaga penjualan juga membutuhkan kemampuan non teknikal. *Non technical skill* berkaitan dengan keterampilan untuk berkomunikasi dan berinteraksi dengan memahami dan merespon perasaan, sikap dan perilaku orang lain. *Non technical skill* dapat diukur melalui kemampuan berkomunikasi, kemampuan bernegosiasi, penampilan, kejujuran dan tanggung jawab yang dimiliki oleh tenaga penjualan. Disamping ketrampilan yang dimiliki tenaga penjualan juga dibutuhkan kepercayaan dari konsumen sehingga dapat meningkatkan penjualan perusahaan dan tercapainya tujuan organisasi. Kepercayaan konsumen berkaitan dengan perilaku yang ditunjukan oleh konsumen terhadap tenaga penjualan akibat adanya hubungan positif antara keduanya. Kepercayaan konsumen dapat diukur melalui indikator seperti kemampuan, kebaikan hati, serta integritas tenaga penjualan.

Untuk menggambarkan ada atau tidaknya hubungan serta bagaimana pengaruhnya satu sama lain antar variabel, maka penulis tertarik untuk menggambarkan kerangka pemikiran dari ketiga variabel seperti di bawah ini:

Dipindai dengan CamScanner

II.8.1 Hubungan *Technical Sales Skill*, Kepercayaan Konsumen serta Kinerja Tenaga Penjualan

Kemampuan teknik yang dimiliki oleh tenaga penjualan seperti pengetahuan tentang produk sangat penting bagi tenaga penjualan karena hal ini menyangkut kepercayaan konsumen terhadap keberadaan sebuah produk. Tenaga penjualan yang tidak mampu menjawab setiap pertanyaan tentang produk, dapat memberikan dampak negatif yaitu konsumen menjadi ragu untuk menerima dan membeli produk tersebut.

Menurut Maclean (1993) dalam Hidayah (2001:16) seorang tenaga penjualan yang baik harus memiliki pengetahuan produk yang lebih tinggi agar mampu mencapai hasil yang bagus dan memenuhi bahkan melampaui target penjualan dari perusahaan. Dengan memiliki pengetahuan produk yang baik akan mendorong konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan. Semakin baik pengetahuan yang dimiliki oleh tenaga penjualan maka konsumen akan semakin loyal dan percaya terhadap produk yang ditawarkan. Apabila tenaga penjualan memiliki pengetahuan produk yang semakin baik maka konsumen akan cepat tertarik dan yakin untuk membeli produknya.

Biswas dan Sherell (1993), menyatakan bahwa seorang tenaga penjualan yang baik harus memiliki pengetahuan yang lebih tinggi untuk meningkatkan kepercayaan konsumen. Pengetahuan produk dibutuhkan agar konsumen yakin dan percaya bahwa konsumen memang butuh produk tersebut dan bukan untuk memaksa konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan oleh tenaga penjualan.

II.8.2 Hubungan *Non Technical Sales Skill* terhadap Kepercayaan Konsumen serta Kinerja Tenaga Penjualan

Menurut Doney dan Cannon (1997), semakin tinggi tenaga penjualan melakukan kontak atau komunikasi dengan konsumen, maka semakin tinggi kualitas hubungan tersebut, sehingga pada akhirnya hubungan tersebut menumbuhkan kepercayaan dalam benak konsumen. Swan dan Nolan (1995) dalam Hidayah (2001:11), menyatakan bahwa untuk mempertahankan dan merawat hubungan yang berlandaskan kepercayaan tersebut tenaga penjualan perlu meningkatkan kemampuan melibatkan diri dalam setiap

Dipindai dengan CamScanner

permasalahan yang menyangkut keinginan dan kebutuhan konsumen. Wilson (2000), mengatakan bahwa kemampuan tenaga penjualan membangun hubungan atau menjalin komunikasi yang berkualitas dengan konsumen, menuju hubungan yang terintegratif akan mempermudah jalan bagi tenaga penjualan mendapatkan kepercayaan dari konsumen. Sehingga apabila tenaga penjualan mampu memberikan pelayanan yang berkualitas yang mampu memuaskan pelanggan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen, maka akan tercipta hubungan yang interaktif dan saling menguntungkan. Tenaga penjualan yang mampu menjaga hubungan baik dengan konsumen, maka kepercayaan akan terus tumbuh dalam benak konsumen (Crosby, Evants dan Cowles, 1990).

Ramsey dan Sohi (1997), menyatakan bahwa untuk meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap tenaga penjualan perlu diciptakan kebiasaan atau perilaku mendengarkan dalam diri tenaga penjualan agar mendengar dan mempertahankan keinginan dan keluhan kosumen. Hubungan yang baik antara konsumen dan tenaga penjualan akan semakin meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap tenaga penjualan. Penelitian Ingram (1990) dalam Faisal (2012) menjelaskan pentingnya komunikasi yang baik bagi seorang tenaga penjualan. Keahlian komunikasi menjadi kunci penting untuk mendapatkan konsumen. Keahlian komunikasi dibutuhkan ketika tenaga penjualan menawarkan produk dan juga saat melakukan dialog dengan kosumen. Selain itu, keahlian seperti bernegosiasi, dan manajemen waktu juga sangat membantu tenaga penjualan dalam melakukan pekerjaannya. Tenaga penjualan yang profesional akan melihat adanya proses komunikasi, seperti adanya pengajuan pertanyaan dan keberatan dari pelanggan, sebagai sebuah peluang bagus. Dengan didukung oleh keahlian komunikasi, negosiasi dan manajemen waktu yang dimilikinya maka aktivitas penjualan produk yang dilakukan tenaga penjualan akan lebih efektif lagi.

Dipindai dengan CamScanner

II.8.3 Hubungan Kepercayaan Konsumen terhadap Kinerja Tenaga Penjualan

Menurut Smith dan Barclay (1997) kepercayaan merupakan pendorong bagi kesuksesan kinerja seorang tenaga penjualan karena timbulnya kepercayaan konsumen terhadap tenaga penjualan akan mendukung bagi kelangsungan hubungan dan komitmen sehingga kinerja tenaga penjualan menjadi semakin baik. Lebih lanjut Morgan dan Hunt (1994), dalam Anne (2014), menyatakan bahwa pengaruh yang dapat ditimbulkan dari hubungan yang berlandaskan saling percaya, keterbukaan dan saling berkomitmen akan meningkatkan kinerja tenaga penjualan. Menurut Hidayah (2001:56), hubungan yang baik antara konsumen dengan tenaga penjualan akan semakin meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap tenaga penjualan. Hal tersebut dapat mendukung peningkatan kinerja tenaga penjualan. Sehingga adanya hubungan positif antara kepercayaan konsumen terhadap kinerja tenaga penjualan. Kepercayaan konsumen terhadap kemampuan tenaga penjualan akan menumbuhkan keberlangsungan hubungan sehingga mampu meningkatkan kinerja tenaga penjualan.

Dipindai dengan CamScanner

MILIK PERPUSTAKAAN STMI
Membaca : Ibadah, Mengambil : Dosa

BAB III
METODOLOGI PENELITIAN

III.1 Populasi dan Sampel

III.1.1 Populasi

Menurut Ferdinand (2011:215), populasi merupakan gabungan dari seluruh elemen yang terbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristtik yang serupa yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti karena itu dipandang sebagai sebuah semesta penelitian. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen produk 4W Suzuki.

III.1.2 Sampel

Menurut Ferdinad (2011:216) Jumlah sampel adalah jumlah elemen yang dimasukan dalam sampel. Besarnya sampel sangat dipengaruhi banyak faktor antara lain tujuan penelitian, bila penelitian bersifat deskriptif maka umumnya membutuhkan sampel yang besar tetapi bila penelitianya hanya untuk menguji hipotesis, dibutuhkan sampel dalam jumlah yang lebih sedikit.

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah menggunakan teknik *Non Probability Sampling* yaitu teknik *Purposive Sampling.* Menurut Sugiyono (2010:124), *Purposive Sampling adalah* metode penetapan responden untuk dijadikan sampel berdasarkan pada kriteria-kriteria tertentu. Dalam penelitian ini, yang dinilai tepat sebagai responden adalah pelanggan pengguna mobil merk Suzuki yang berada di wilayah Jakarta.

Jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui secara pasti, maka untuk menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Isac Michel dengan rumus sebagai berikut :

$$n = \frac{(Z\,\alpha/2)^2\, p.q}{e^2}$$

Dipindai dengan CamScanner

Keterangan:

n = sampel

p = proporsi populasi

q = 1-p

Z = tingkat kepercayaan/signifikan

e = *margin of error*

Karena jumlah populasi yang tidak diketahui secara pasti, maka nilai p yang peneliti pakai untuk dapat dianggap mewakili populasi yaitu 0,5. Dengan tingkat signifikan 95% dan *margin of error* 10%, maka besar sampel yang dibutuhkan adalah:

$\alpha = 1 - 0{,}95 = 0{,}05$

$\alpha/2 = 0{,}05/2 = 0{,}025$

Z = 1,96 (Tabel Distribusi Normal)

p = 0,5

q = 1 - 0,5 = 0,5

e = 0,1

$$n = \frac{(1{,}96)^2\ 0{,}5x0.5}{0{,}1^2}$$

$n = 96{,}04$ (dibulatkan menjadi 96)

III.2 Ruang Lingkup Penelitian

Pada penelitian ini, objek penelitian adalah Kinerja Tenaga Penjualan dengan melihat dimensi Kepercayaan Konsumen Suzuki. Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui pengaruh *Technical Sales Skill* dan *Non-Technical Sales Skill* terhadap Kinerja Tenaga Penjualan dengan Kepercyaan Konsumen sebagai Variabel Interviening. Sedangkan subjek penelitian ini adalah Konsumen produk 4w (*four wheel*) Suzuki khususnya yang berdomilisi di wilayah Jakarta Pusat. Adapun ruang lingkup penelitian ini adalah membahas tiga variabel, yang terdiri dari variabel independen yaitu kualitas pelayanan dan nilai pelanggan variabel interviening yaitu Kepercayaan Konsumen sedangkan variabel dependennya yaitu kepuasan pelanggan.

Dipindai dengan CamScanner

III.3 Sumber Data Penelitian

Data adalah bahan mentah yang perlu diolah, sehingga menghasilkan informasi atau keterangan, baik kualitatif maupun kuantitatif, yang menunjukkan fakta. Data juga merupakan kumpulan fakta, angka, atau segala sesuatu yang dapat dipercaya kebenarannya, sehingga dapat digunakan sebagai dasar untuk menarik kesimpulan.

Syarat-syarat data yang baik adalah :

1. Data harus akurat
2. Data harus relevan
3. Data harus *up to date*

Untuk memperoleh data yang akurat penelitian ini menggunakan dua macam data, yaitu:

1. Data Primer

   Data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan.

2. Data Sekunder

   Data yang diterbitkan atau digunakan oleh organisasi yang bukan pengolahnya.

III.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

III.4.1 Metode Kuesioner

Metode kuesioner (*questionnaire*) adalah daftar pertanyaan yang mencakup semua pernyataan dan pertanyaan yang akan digunakan untuk mendapatkan data, baik yang dilakukan melalui telepon, surat atau bertatap muka (Ferdinand, 2011:30). Daftar pertanyaan tertulis yang akan diisi oleh responden yang terdiri dari pertanyaan tentang *Technical Sales skill* dan *Non Technical Sales Skill* untuk mengetahui sejauh mana *sales skill* tersebut mempengaruhi kepercayaan konsumen serta kinerja tenaga penjualan. Metode pengukuran pada kuesioner ini menggunakan skala *likert*. Menurut

Dipindai dengan CamScanner

Sugiyono, (2010:134), skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Dalam skala *likert* setiap item instrumen mempunyai gradasi.

Menurut Sugiyono (2010:134) gradasi nilai pengukuran dari 1 sampai 5, dengan alternatif jawaban : Sangat tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Cukup Setuju (CS), Setuju (S) dan Sangat Setuju (SS) di mana setiap jawaban diberi skor masing– masing sebagai berikut :

1. Jawaban SanSgat Tidak Setuju (STS) diberi skor 1
2. Jawaban Tidak Setuju (TS) diberi skor 2
3. Jawaban Cukup Setuju (CS) diberi skor 3
4. Jawaban Setuju (S) diberi skor 4
5. Jawaban Sangat Setuju (SS) diberi skor 5

III.4.2 Metode Wawancara

Menurut Sugiyono (2010:194), metode wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit atau kecil. Pada penelitian ini, wawancara dilakukan pada tenaga penjualan dan konsumen produk 4W *(four wheel)* Suzuki.

III.4.3 Metode Observasi

Menurut Hadi (1986) dalam Sugiyono (2010:203), metode observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan. Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila, penelitian berkenan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar. Observasi pada penelitian ini dilakukan ketika seorang

Dipindai dengan CamScanner

tenaga penjualan sedang menawarkan produk dan ketika perusahaan memberikan pelatihan terhadap tenaga penjualan.

III.4.4 Metode Dokumentasi

Suharsimi (2002:135) berpendapat, didalam melaksanakan metode dokumentasi peneliti menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku-buku, majalah, dokumen, peraturan-peraturan, notulen rapat dan catatan harian. Benda-benda tertulis yang digunakan pada penelitian ini seperti data penjualan dan majalah promosi Suzuki.

III.5 Instrumen Penelitian

Insturment penelitian adalah alat yang dapat digunakan untuk memperoleh, mengolah, dan menginterpretasikan informasi yang diperoleh dari para responden yang dilakukan dengan menggunakan pola ukur yang sama. Berikut inatrumen peneltian dari masing-masing variabel :

Dipindai dengan CamScanner

Dipindai dengan CamScanner

TABEL III.1 Instrumen Penelitian Variabel X1, X2, Z dan Y

Variabel	Indikator	Pernyataan	Jumlah-jumlah butir pernyataan
X1 *Technical Sales Skill* Ahmad (2010)	Pengetahuan Tentang Produk	1. Tenaga penjualan mampu menjelaskan manfaat produk 2. Tenaga penjualan mampu menjelaskan keunggulan produk 3. Tenaga penjualan mampu menawarkan variasi produk 4. Tenaga penjualan dapat menjelaskan penggunaan produk 5. Tenaga penjualan mampu menjelaskan cara pembelian produk 6. Tenaga penjualan mampu menjelaskan komposisi produk	6
	Pengetahuan Tentang Pelanggan	1. Tenaga penjualan memahami selera konsumen 2. Tenaga penjulan memahami kebutuhan konsumen 3. Tenaga penjualan memahami daya beli konsumen 4. Tenaga penjualan memahami permasalahan konsumem 5. Tenaga penjualan memahami trend yang dimininati konsumen	5
	Pengetahuan Tentang Pesaing	1. Tenaga penjualan menjelaskan kelebihan produk yang ditawarkan dibanding produk pesaing 2. Tenaga penjualan mengetahui strategi penjualan pesaing 3. Tenaga penjualan menjelaskan kelemahan produk pesaing	3

Variabel	Indikator	Pernyataan	Jumlah-jumlah butir pernyataan
X2 *Non-Technical Sales Skill* Faisal (2012)	Mampu Berkomunikasi	1. Tenaga penjualan menyampaikan informasi produk Suzuki dengan jelas 2. Tenaga penjualan menggunakan bahasa yang sopan 3. Tenaga penjualan menggunakan komunikasi dua arah 4. Tenaga penjualan memberikan kesempatan kepada konsumen untuk bertanya 5. Tenaga penjualan menyimak keluhan yang disampaikan konsumen 6. Tenaga penjualan memiliki intensitas penawaran yang agresif	6
	Mampu bernegosiasi	1. Tenaga penjualan melakukan kesepakatan atas harga produk yang diinginkan konsumen 2. Tenaga penjualan melakukan kesepakatan atas cara pembayaran produk yang diinginkan konsumen	2
	Penampilan	1. Tenaga penjualan berpakaian rapi dan serasi 2. Tenaga penjualan berpakaian sopan 3. Tenaga penjualan mengutamakan keramahan	3

Dipindai dengan CamScanner

	Kejujuran	1. Tenaga penjualan menyampaikan informasi *yang* sebenarnya mengenai produk 2. Tenaga penjualan memberikan bonus/hadiah yang menjadi hak konsumen 3. Tenaga penjualan memberikan harga sesuai dengan ketentuan	3
	Tanggung Jawab	1. Tenaga penjualan menepati janji yang telah disepakati 2. Tenaga penjuaan mengantarkan produk yang sesuai dengan keinginan konsumen 3. Tenaga penjualan memberikan pelayanan purnajual terhadap konsumen	3

Dipindai dengan CamScanner

Variabel	Indikator	Pernyataan	Jumlah-jumlah butir pernyataan
(Z) Kepercayan Konsumen Mayer et al., (1995)	Kemampuan Tenaga Penjualan	1. Tenaga penjualan handal dalam menawarkan produk 2. Tenaga penjualan tidak diragukan dalam membujuk konsumen 3. Tenaga penjualan mampu beradaptasi dengan konsumen	3
	Kebaikkan Hati Tenaga Penjualan	1. Adanya kepedulian tenaga penjualan terhadap penyampaian informasi yang dibutuhkan konsumen 2. Tenaga penjualan mau memberikan solusi atas permasalahan konsumen 3. Tenaga penjualan mau membantu mencarikan alternatif pilihan produk	3
	Integritas Tenaga Penjualan	1. Tenaga penjualan menjunjung tinggi nilai-nilai yang tidak merugikan orang lain 2. Tenaga penjualan memperlakukan adil semua konsumen 3. Tenaga Penjualan tidak membeda-bedakan konsumen	3

Dipindai dengan CamScanner

Variabel	Indikator	Pernyataan	Jumlah-jumlah butir pernyataan
(Y) Kinerja Tenaga Penjualan Ferdinand (2014)	Voume Penjualan	1. Saya memiliki produk mobil merk Suzuki 2. Saya ingin membeli lagi produk mobil merk Suzuki	2
	Pertumbuhan Pelanggan	1. Saya ingin membentuk atau mengikuti komunitas pecinta mobil merk Suzuki. 2. Saya merekomendasikan produk Suzuki pada orang lain.	2
	Pertumbuhan Penjualan	1. Digunakannya media lain (seperti BBM, Whatsapp, Twitter dan Instagram) dalam penjualan selain penjualan secara langsung. 2. Selain komunitas pria, penjualan produk juga dilakukan pada komunitas ibu rumah tangga dan kaum remaja.	2

Dipindai dengan CamScanner

III.6 Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel dependen, independen dan intervening.

III.6.1 Variabel Dependen

Menurut Ferdinand (2011:28) variabel dependen adalah variabel yang menjadi pusat perhatian peneliti dalam *script analysis*. Nuansa sebuah masalah tercermin dalam variabel dependen. Hakikat sebuah masalah mudah terlihat dengan mengenali berbagai variabel dependen yang digunakan dalam sebuah model. Variabilitas dari atau faktor inilah yang berusaha untuk dijelaskan oleh seorang peneliti. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kinerja penjualan. Kinerja tenaga penjualan menurut Ferdinand (2004) adalah sebuah evaluasi dari kontribusi tenaga penjualan terhadap pencapaian tujuan organisasi. Sedangkan untuk indikator yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. Volume penjualan
2. Pertumbuhan pelanggan
3. Pertumbuhan penjualan

III.6.2 Variabel Independen

Menurut Ferdinand (2011:28) variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen, baik yang pengaruhnya positif maupun yang pengaruhnya negatif, dalam *script analysis* akan terlihat bahwa variabel yang menjelaskan mengenai jalan atau cara sebuah masalah dipecahkan adalah tidak lain variabel– variabel independen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah kemampuan teknik tenaga penjualan (*technical sales skill*) dan kemampuan non teknik tenaga penjualan (*non technical sales skill*).

Kemampuan teknik tenaga penjualan (*technical sales skill*) menurut Fisal (2010:188) merupakan salah satu ketrampilan yang dimiliki tenaga penjualan dalam rangka mendukung kegiatan penjualannya, ketrampilan teknikal misalnya seperti : pengetahuan mengenai informasi desain dan spesifikasi dari produk, kemudian aplikasi dan fungsi dari produk yang ditawarkan kepada pelanggan. Indikator yang digunakan sebagai berikut :

Dipindai dengan CamScanner

1. *Technical Skill* (X_1) dengan indikator:

a) Pengetahuan Produk

b) Pengetahuan Konsumen

c) Pengetahuan Pesaing

Kemampuan non teknik (*non technical skill*) menurut Ahmad (2010:199) adalah ketrampilan untuk mengenali dan merespon secara layak perasaan, sikap, perilaku dan motivasi orang lain. Indikator yang digunakan sebagai berikut :

2. *Non Technical Skill* (X_2) dengan indikator:

a) Mampu Berkomunikasi

b) Mampu Bernegosiasi

c) Penampilan

d) Kejujuran

e) Tanggung Jawab

III.6.3 Variabel Intervening

Menurut Ferdinand (2011:28) variabel intervening merupakan variabel antara yang menghubungkan sebuah variabel independen utama pada variabel dependen yang dianalisis. Variabel ini berperan sama seperti fungsi sebuah variabel independen. Variabel intervening dalam penelitian ini adalah kepercayaan konsumen. Menurut Mayer *et al.*, (1995), kepercayaan konsumen didefinisikan sebagai kesediaan satu pihak untuk menerima resiko dari tindakan pihak lain berdasarkan harapan bahwa pihak lain akan akan melakukan tindakan penting untuk pihak yang mempercayainya, terlepas dari kemampuan untuk mengawasi dan mengendalikan tindakan pihak yang dipercaya. Indikator yang digunakan sebagai berikut :

1. Memiliki Kecakapan
2. Memiliki Kebaikan Hati
3. Memiliki Integritas

III.7 Uji Kelayakan Instrumen

Untuk melihat dan menilai kelayakan instrumen, dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas instrumen.

Dipindai dengan CamScanner

III.7.1 Uji Validitas

Menurut Ghozali (2011:52), uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan dalam kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang diukur kuesioner tersebut. Validitas menunujukkan sejauhmana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Pada penelitian ini pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan aplikasi IBM SPSS Statistics 20. Pengukuran uji validitas dapat dilakukan dengan cara membandingkan nilai Sig. hitung dengan Sig. tabel Alpha 5%. Validitas indikator dapat dilihat dari output nilai korelasi Sig. hitung (2 Tailed) *Pearson Correlation* pada setiap baris total konstruk dari masing-masing item pernyataan. Jika nilai Sig. hitung < Sig. tabel 0.05 maka item pernyataan dikatan valid. Rumus dalam uji validitas adalah sebagai berikut:

$$r = \frac{n(\Sigma XY) - (\Sigma X \Sigma Y)}{\sqrt{(n\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2)(n\Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2)}}$$

Keterangan:

r = koefisien korelasi

n = jumlah sampel penelitian

X = skor *item* x

Y = skor *item* y

$(\Sigma X)^2$ = kuadrat jumlah skor total X

$(\Sigma Y)^2$ = kuadrat jumlah skor total Y

ΣX^2 = jumlah kuadrat skor total X

ΣY^2 = jumlah kuadrat skor total Y

III.7.2 Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2011:47), uji reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan SPSS. Uji reliabilitas data dapat dilakukan

Dipindai dengan CamScanner

dengan uji statistic Cronbach Alpha (α). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha ≥ 0,70 (Nunnally 1994, dalam Ghozali, 2011:48).

III.8 Metode Analisis Data

Metode analisis data merupakan salah satu cara yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana variable yang mempengaruhi variable lain agar data yang dikumpulkan tersebut dapat bermanfaat maka harus dianalisis terlebih dahulu sehingga dapat dijadikan pertimbangan dan pengambilan keputusan. Analisis dilakukan untuk mempermudah bagi pengguna data untuk memahami makna dari data tersebut sehingga dapat menintepretasikannya sesuai dengan data yang telah dianalisis tersebut. (Sugiyono, 2010: 333).

III.8.1 Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data sampel atau populasi sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis data membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum (Sugiyono, 2010:29).

Dari kriteria metode deskriptif maka peneliti dapat mengoreksi jawaban kuesioner dari responden dan menghitung frekuensi jawaban responden berdasarkan nilai skor masing-masing kategori. Sehingga besarnya hasil jawaban kuesioner dapat diketahui dari skala sangat setuju sampai dengan sangat tidak setuju untuk menggambarkan tanggapan responden pada kondisi objek yang diteliti dari sangat baik sampai dengan sangat tidak baik, sehingga dapat ditarik kesimpulan untuk memberikan saran, khususnya terkait kinerja tenaga penjualan produk 4W Suzuki.

III.9 Uji Persyaratan Jalur

Model regresi linear berganda dikatakan baik jika data terbebas dari asum-siasumsi klasik, baik normalitas; lineritas; dan homogenitas.

Dipindai dengan CamScanner

III.9.1 Uji Normalitas Galat Taksiran

Uji distribusi normalitas atau biasa dikenal dengan istilah uji normalitas dapat digunakan untuk mengukur apakah data yang telah didapatkan berdistribusi normal atau tidak sehingga dapat digunakan dalam statistik parametris (statistik inverensial). Dengan demikian, uji normalitas adalah apakah data empiric yang didapatkan dari lapangan sesuai dengan distribusi teoritik tertentu. Dalam kasus ini, distribusi normal. Dengan kata lain, apakah data yang diperoleh berasal dari populasi yang berdistribusi normal.

Pengujian parametrik untuk uji normalitas dibangun dari distribusi normal. Dalam hal ini table tersebut mengacu kepada uji normalitas. Dimana kita dapat berasumsi bahwa sampel yang kita dapatkan benar-benar mewakili populasi sehingga hasil penelitian yang telah dilakukan dapat di generalisasikan pada populasi. Jika dilihat dari statistik, populasi termasuk kedalam distribusi normal.

Tujuan uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah data yang diperoleh dari hasil sebuah penelitian berdistribusi normal atau tidak. Yakni, distribusi data dengan bentuk seperti bell. Dimana data yang baik dan benar adalah data yang memiliki pola berdistribusi normal, yaitu tidak terlalu menghadap kanan maupun kiri.

Tedapat persyaratan untuk menggunakan mettode liliefors ini, yaitu:

1. Data berskala interval atau ratio (kuantitatif).
2. Data tunggal / belum dikelompokkan pada tabel distribusi frekuensi.
3. Dapat untuk n besar maupun n kecil.
4. ukuran sampel $n \leq 30$.

Signifikansi uji, nilai terbesar | F(zi) - S(zi) | dibandingkan dengan nilai tabel Lilliefors. Jika nilai | F(zi) - S(zi) | terbesar kurang dari nilai tabel Lilliefors, maka Ho diterima ; Ha ditolak sehingga dapat disimpulan bahwa sampel berasal dari populasi yang berdistribusi normal. Jika nilai | F(zi) - S(zi) | terbesar lebih besar dari nilai tabel Lilliefors, maka Ho ditolak ; Ha diterima sehingga dapat disimpulan bahwa sampel berasal dari populasi yang tidak berdistribusi normal pada Tabel nilai Quantil Statistik Lilliefors.

Dipindai dengan CamScanner

III.9.2 Uji Linieritas

Uji linieritas dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui gugus data apakah linier atau tidak. Selain itu linicritas juga merupakan uji prasyarat yang harus dilakukan untuk dapat melakukan teknik analisis jalur (path analysis) Uji linieritas dilakukan dengan output SPSS 22.00. Kriteria uji linieritas adalah sebagai berikut:

a. Jika nilai sig. Atau signifikasi atau nilai probabilitas < α; berarti hubungan antara variabel tidak linier

b. Jika nilai sig. Atau signifikasi atau nilai probabilitas > α; berarti hubungan antara variabel adalah linier

III.9.3 Uji Homogenitas

Pengujian homogenitas data dilakukan dengan output SPSS 22.00. Syarat ini berkenaan dengan kesamaan varians variabel independen *Technical Sales Skill* (X1), *Non Technical Sales Skill* (X2), dan Kepercayaan Konsumen dengan Kinerja Tenaga Penjualan (Y).

H1 : Galat taksiran data populasi homogen

H0 : Galat taksiran data populasi tidak homogen

Sesuai dengan hipotesis di atas, maka kriteria yang digunakan adalah menolak hipotesis nol, apa yang berarti populasi tidak bila nilai test homogeneity of variances (lavene statistic) < 0,05 yang berarti populasi homogen. Sebaliknya menerima hipotesis satu, jika nilai test homogeneity of variances annova < 0,05 yang berarti populasi homogen.

III.10 Uji Koefisien Determinasi (Uji R2)

Menurut Ghozali (2011:97), koefisien determinasi (*Adjus R Square*) digunakan untuk mengetahui seberapa besar prosentase yang mampu dijelaskan oleh variabel *technical sales skill* dan *non technical sales skill* terhadap kepercayaan konsumen serta implikasinya terhadap kinerja tenaga penjualan.

Dipindai dengan CamScanner

III.11 Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Menurut Ghozali (2011:249), analisis jalur merupakan perluasan dari analisis regresi linear berganda, atau analisis jalur adalah penggunaan analisis regresi untuk menaksir hubungan kausalitas antar variabel (*model causal*) yang telah ditetapkan sebelumnya. Analisis jalur sendiri tidak dapat menentukan hubungan sebab- akibat dan juga tidak dapat digunakan sebagai subtitusi bagi peneliti untuk melihat hubungan kausalitas antar variabel.

Hubungan langsung terjadi jika satu variabel mempengaruhi variabel lainnya tanpa ada variabel ketiga yang memediasi (intervening) hubungan kedua variabel tadi. Hubungan tidak langsung adalah jika ada variabel ketiga yang memediasi hubungan kedua variabel. Kemudian pada setiap variabel dependen (endogen variabel) akan ada anak panah yang menuju ke variabel ini dan ini berfungsi untuk menjelaskan jumlah variance yang tak dapat dijelaskan (unexplained variance) oleh variabel itu. Koefisisen jalur adalah standardized koefisien regresi. Koefisien jalur dihitung dengan membuat dua persamaan struktural yaitu persamaan regresi yang menunjukan hubungan yang dihipotesiskan. (Ghozali 2011:251).

Teknik analisis jalur ini digunakan dalam menguji besarnya sumbangan (kontribusi) yang ditunjukkan oleh koefisien jalur pada setiap diagram jalur dari hubungan kausal antar variabel X_1, X_2, dan X_3 terhadap Y. Analisis korelasi dan regresi yang merupakan dasar dari perhitungan koefisien jalur. Kemudian dalam perhitungan digunakan jasa komputer berupa *software* dengan program SPSS.

Pada diagram jalur digunakan dua macam anak panah, yaitu :

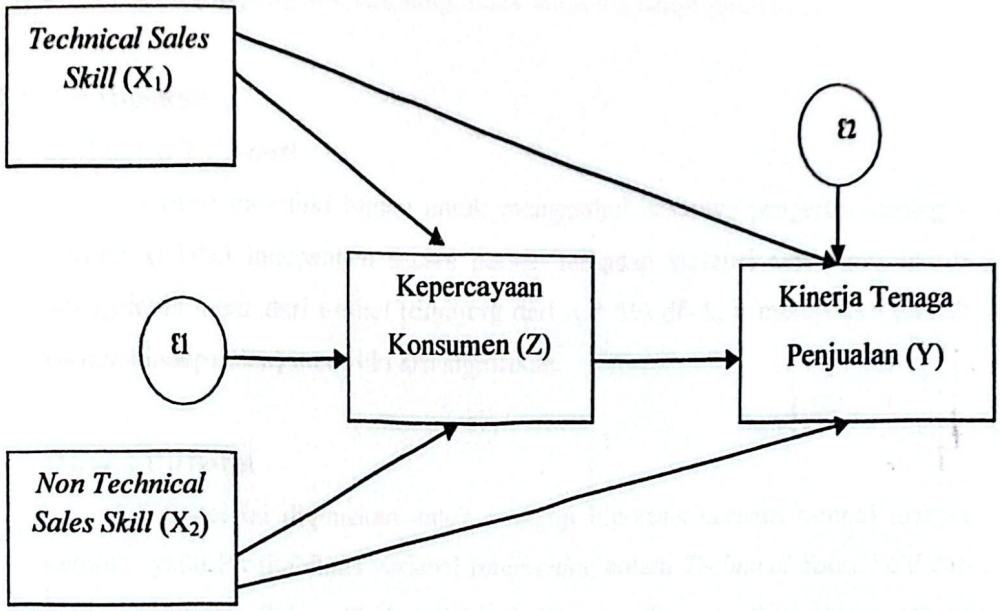
A. Anak panah satu arah yang menyatakan pengaruh langsung dari sebuah variabel eksogen [variabel penyebab (X)] terhadap sebuah variabel endogen [variabel akibat (Y)], misalnya $X_1 \longrightarrow Y$.

B. Anak panah dua arah yang menyatakan hubungan korelasional antara variabel eksogen, misalnya $X_1 \longleftrightarrow X_2$.

C. Langkah – langkah menguji *path analysis* sebagai berikut :

a. Menentukan model diagram jalurnya berdasarkan paradigma hubungan antar variabel sebagai berikut :

Dipindai dengan CamScanner



Gambar III.1 Diagram Jalur Hubungan Struktur X1, X2 dan Z terhadap Y

b.Membuat jalur struktur

Persamaan sub struktural dimana X_1 dan X_2 adalah variabel eksogen, sedangkan Z dan Y adalah variabel endogen. Maka dari itu, persamaan strukturalnya yaitu :

$Z = P\,ZX_1 + P\,ZX_2 + \epsilon_1$ (sebagai persamaan substruktur 1)

$Y = P\,YX_1 + P\,YX_2 + P\,YZ + \epsilon_2$ (sebagai persamaan substruktur 2)

Keterangan :

P = Koefisien Regresi

Y = Kinerja Tenaga Penjualan

X1 = *Technical Sales Skill*

X2 = *Non Technical Sales Skill*

Z = Kepercayaan Konsumen

$\epsilon 2$ = Error pada sub struktur 2

$\epsilon 1$ = Error pada sub struktur 1

Dipindai dengan CamScanner

c. Perhitungan pengaruh langsung, tidak langsung danpegaruh total

III.12 Uji Hipotesis

III.12.1Uji T *(T-test)*

Uji t-test memiliki tujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh masing – masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Jika t-hitung lebih besar dari t-tabel (dihitung dari α = 5% df- k, k merupakan jumlah variabel independen) memiliki arti signifikan.

III.12.2 Uji Sobel

Uji Sobel ini digunakan untuk menguji hipotesis keenam sampai dengan ketujuh yaitu Profitabilitas variabel *intervening* antara *Technical Sales Skill* dan *Non Technical Sales Skill* terhadap Kinerja Tenaga Penjualan melalui Kepercayaan Konsumen. Uji sobel dilakukan dengan cara menguji kekuatan pengaruh tidak langsung variabel X_1 dan X_2 terhadap variabel Y melaiui variabel Z.

Dalam menguji signifikansi mediasi (variabel *intervening*) dengan menggunakan teknik *bootstrapping. Bootstrapping* adalah suatu pendekatan non-parametrik yang tidak mengasumsikan bentuk distribusi variabel lain dapat diaplikasikan pada jumlah sampel kecil. Hayes dan Preacher dalam Ghozali (2011).

Dipindai dengan CamScanner

MILIK PERPUSTAKAAN STMI
Membaca : Ibadah, Mengambil : Dosa

BAB IV

PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

IV.1 GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

IV.1.1 PROFIL PERUSAHAAN

Nama Perusahaan	: PT SUZUKI INDOMOBIL SAALES
Nama Pemilik	: PT SUZUKI INDOMOBIL MOTOR
Tahun Berdiri	: 1909
Jenis Usaha	: Kantor pusat distribusi, penjualan, dan pemasaran produk merk Suzuki
Alamat Perusahaan	: Jl. Raya Bekasi Km.19, Pulogadung, Jakarta Timur, DKI Jakarta 13920, Indonesia
Nomor Telepon	: (021)29554800
Website	: https://www.suzuki.co.id
Logo Perusahaan	:

SUZUKI

Gambar 4.1 Logo Suzuki

IV.1.2 VISI DAN MISI PERUSAHAAN

a) **Visi PT Suzuki Indomobil Sales** yaitu :

Menjadi perusahaan terkemuka di dalam Suzuki Global Operation yang dihargai dan dikagumi di Indonesia

b) **Misi PT Suzuki Indomobil Sales** yaitu :

Kami menginginkan pertumbuhan dan perkembangan perusahaan yang berimbang berdasaarkan azas kerja keras, integritas dan kebersamaan untuk selalu mencapai hasil lebih baik dalam mendahului harapan pelanggan.

Dipindai dengan CamScanner

IV.1.3 SEJARAH PERUSAHAAN

PT Suzuki Motor Coorporation adalah sebuah perusahaan asal Jepang yang memproduksi berbagai produk otomotif dan produk mesin kapal. Berbagai produk kendaran bermotor seperti motor, mobil dan mesin kapal telah dihasilkan oleh Suzuki semenjak berdiri tahun 1909. Didirikan oleh Michio Suzuki dan memulai perjalanannya di dunia industri otomotif pada tahun 1970 dengan nama awal PT Indohero Steel dan Engineering Company. Menandai awal kehadirannya dengan memperkenalkan dua buah produk roda dua yaitu *Type A100* dan *FR70*. Enam tahun setelah peluncuran tersebut, Suzuki memperkenalkan lagi dua buah produk roda empat jenis kendaraan niaga (*Pick Up Carry ST10)* dan jenis mobil penumpang (*Suzuki Fronte*) yang diproduksi langsung di dalam negeri melalui PT Indomobi Utama (IMU) dibawah kepemimpinan Subronto Laras yang saat itu dikenal sebagai "Bapak Suzuki Indonesia".

Pada tahun 1991, PT Indomobil Suzuki Internasicnal (ISI) yang merupakan sebuah perusahaan Penanaman Modal Asing (PMA) didirikan. ISI merupakan penggabungan (*merger*) dari lima perusahaan. Perusahaan tersebut adalah sebagai berikut :

1) PT Indohero Steel & Engineering Co.
2) PT Indomobil Utama
3) PT Suzuki Indonesia Manufacturing
4) PT Suzuki Engine Industry
5) PT First Chemical Industry

Lima perusahaan tersebut bergabung (*merger*) dengan persetujuan dari Presiden Republik Indonesia melalui surat pemberitahuan tentng persetujuan Presiden dan Ketua Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPN) nomor 05/I/PMA/09 yang terhitung pada tanggal 1 Januari 1990. Pada tahun 2009, PT Indomobil Suzuki Internasional (ISI) merubah namanya menjadi PT Suzuki Indomobil Motor yang bergerk dalam bidang usaha Industri Komponen dan Perakitan Kendaraan bermotor Merk Suzuki roda dua (Sepeda Motor) dan roda

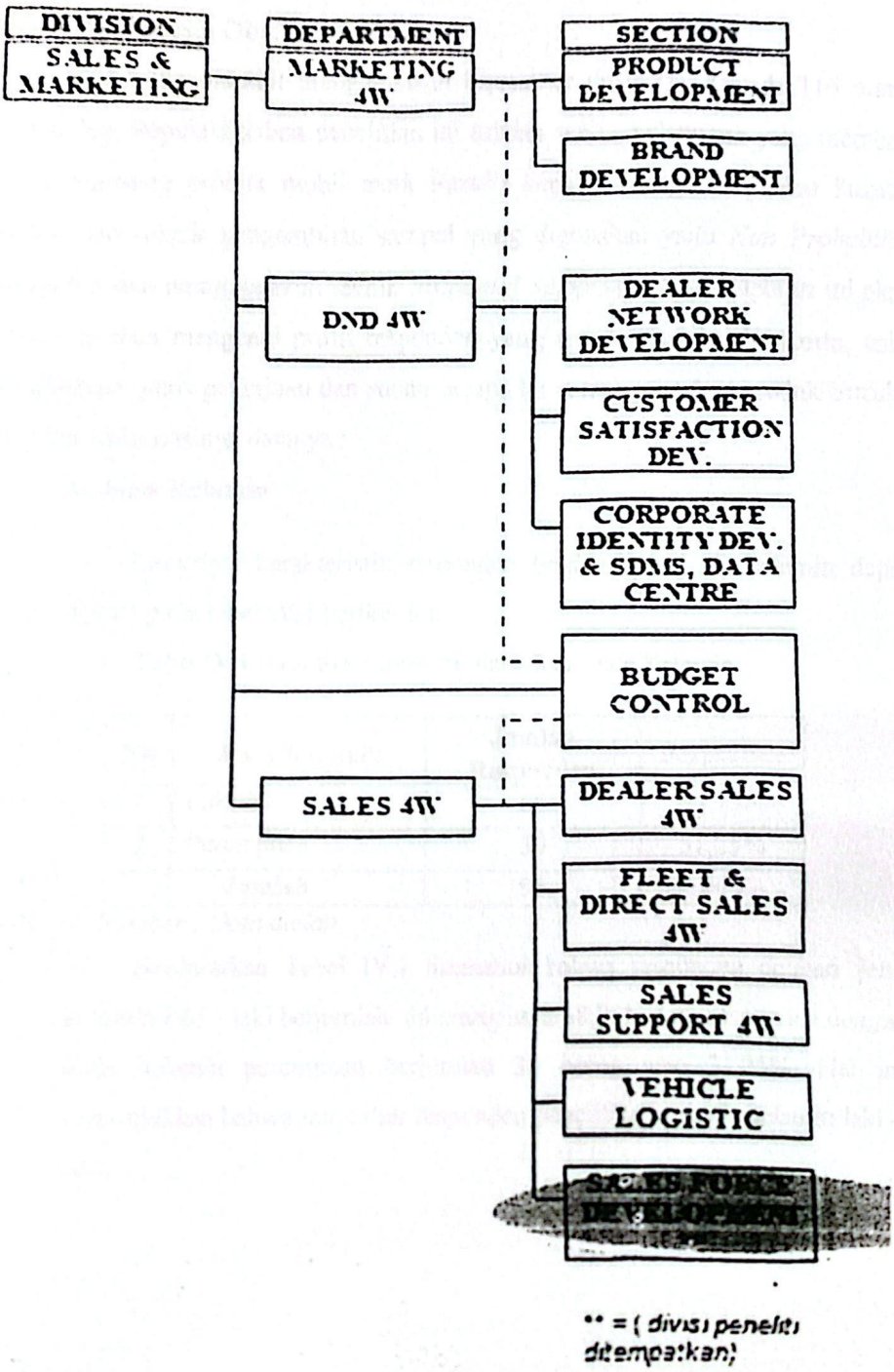
Dipindai dengan CamScanner

empat (Mobil) dan PT Indomobil Niaga Internasional (INI) berubah menjadi PT Suzuki Indomobil Sales.

PT Suzuki Indomobil Motor yang berlokasi di Jalan Raya Bekasi KM 19, Jakarta Timur ini menjaddi pusat kegiatan bagi Suzuki di Indonesia bersamaan dengan PT Suzuki Indomobil Sales (SIS). Sebagai agen tunggal pemegang merek Suzuki (*sole agent*) adalah PT Suzuki Indomobil Motor (PT SIM) an distributor tunggal (*sole distributor*) adalah PT Suzuki Indomobil Sales (PT SIS).

Dipindai dengan CamScanner

IV.1.4 STRUKTUR ORGANISASI



Gambar IV.1 Struktur PT Suzuki Indomobil Sales

Dipindai dengan CamScanner

IV.2 DATA PENELITIAN

IV.2.1 Gambaran Objek Penelitian

Data yang diambil menggunakan kuesioner dibagikan kepada 116 orang responden. Populasi dalam penelitian ini adalah semua pelanggan yang membeli seara langsung produk mobil merk Suzuki kepada Tenaga Penjualan Suzuki. Sedangkan teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *Non Probability Sampling* dan menggunakan teknik *Insidental Sampling*. Dalam laporan ini akan disajikan data mengenai profil responden yang terdiri atas jenis kelamin, usia, pendidikan, jenis pekerjaan dan sudah berapa lama menggunakan produk Suzuki. Berikut informasinya datanya :

A. Jenis Kelamin

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel IV.1 berikut ini:

Tabel IV.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
1	Laki-laki	66	68,75%
2	Perempuan	30	31,25%
Jumlah		**96**	**100%**

Sumber : Data diolah

Berdasarkan Tabel IV.1 diketahui bahwa responden dengan jenis kelamin laki – laki berjumlah 66 orang atau 68,75% dan responden dengan jenis kelamin perempuan berjumlah 30 orang atau 31,25%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden penelitian berjenis kelamin laki – laki.

Dipindai dengan CamScanner

B. Usia

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel IV.2 berikut ini:

Tabel IV.2 Data Responden Berdasarkan Usia

Usia (tahun)	Frekuensi	Presentase
< 20	7	7%
20 – 30	26	27%
31- 40	23	24%
41 – 50	28	29%
> 50	12	13%
Jumlah	96	100%

Sumber : Data diolah

Berdasarkan Tabel IV.2 diketahui bahwa responden dengan umur kurang dari 20 tahun berjumlah 7 orang atau 7%, dengan umur 20 sampai 30 tahun berjumlah 26 orang atau 27%, dengan umur 31 sampai 40 tahun berjumlah 23 orang atau 24%, dengan umur 41 sampai 50 tahun berjumlah 28 orang atau 29%, dan dengan umur lebih dari 50 tahun berjumlah 12 orang atau 13%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden penelitian berumur 41 sampai dengan 50 tahun.

C. Pendidikan Terakhir

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan dapat dilihat pada tabel IV.3 berikut ini:

Tabel IV.3 Data Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Pendidikan	Jumlah Responden	Persentase
1	SD	2	2%
2	SMP	8	8%
3	SMA	20	21%

Dipindai dengan CamScanner

4	Diploma	25	26%
5	S1	34	35%
6	S2	7	7%
Jumlah		**96**	**100%**

Sumber : Data diolah

Berdasarkan Tabel IV.3 diketahui bahwa responden dengan tingkat pendidikan SD berjumlah 2 orang atau 2%, dengan tingkat pendidikan SMP berjumlah 8 orang atau 8%, dengan tingkat pendidikan SMA berjumlah 20 orang atau 21%, dengan tingkat pendidikan Diploma berjumlah 25 orang atau 26%, dengan tingkat pendidikan S1 berjumlah 34 orang atau 35%., dan dengan tingkat pendidikan S2 berjumlah 7 orang atau 7 %. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden penelitian memiliki tingkat pendidikan S1.

D. Pekerjaan

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan dapat dilihat pada tabel IV.4 berikut ini:

Tabel IV.4 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase
1	PNS	16	17%
2	Karyawan Swasta	18	19%
3	Wiraswasta	35	36%
4	Guru / Dosen / Pengajar	10	10%
5	Lainnya	17	18%
Jumlah		**96**	**100%**

Sumber : Data diolah

Berdasarkan Tabel IV.4 diketahui bahwa responden dengan pekerjaan PNS berjumlah 16 orang atau 17%, dengan pekerjaan karyawan swasta berjumlah 18 orang atau 19%, dengan pekerjaan wiraswasta berjumlah 35 orang atau 36%, dengan pekerjaan Guru/Dosen/Pengajar berjumlah 10 orang atau 10%, dan dengan pekerjaan lainnya berjumlah 17 orang

Dipindai dengan CamScanner

atau 18 %. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden penelitian memiliki pekerjaan wiraswasta

E. Lama waktu penggunaan produk

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan dapat dilihat pada tabel IV.5 berikut ini:

Tabel IV.5 Data Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Produk

No	Waktu	Jumlah Responden	Persentase
1	<1 Tahun	21	22%
2	1-3 Tahun	33	34%
3	4-6 Tahun	19	20%
4	7-10 Tahun	15	16%
5	>10 Tahun	8	8%
Jumlah		**96**	**100%**

Sumber : Data diolah

Berdasarkan Tabel IV.5 diketahui bahwa responden dengan lama penggunaan produk kurang dari 1 tahun berjumlah 21 orang atau 22%, dengan lama penggunaan produk 1 sampai 3 tahun berjumlah 33 orang atau 34%, dengan lama penggunaan produk 4 sampai 6 tahun berjumlah 19 orang atau 20%, dengan lama penggunaan produk 7 sampai 10 tahun berjumlah 15 orang atau 16%, dan dengan lama penggunaan produk lebih dari 10 tahun berjumlah 8 orang atau 8%,. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden penelitian menggunakan produk selama 1 sampai 3 tahun.

Dipindai dengan CamScanner

IV.2.2 Penentuan *Range* Analisis Deskriptif

Penelitian ini menggunakan skala Likert dengan bobot tertinggi di tiap pernyataan adalah 5 dan bobot terendah adalah 1. Dengan jumlah responden sebanyak 96 orang, maka:

$$Range = \frac{Skor\ tertinggi - Skor\ terendah}{range\ skor}$$

Skor Tertinggi = 96 x 5 = 480

Skor Terendah = 96 x 1 = 96

Sehingga *range* untuk hasil survey yaitu : $\frac{480-96}{5} = 76{,}8$ (77)

Range skor:

96 – 173	Sangat Rendah
173 – 250	Rendah
250 – 327	Cukup
327 – 404	Tinggi
404 – 480	Sangat Tinggi

IV.2.3 Deskripsi Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini akan dibahas mengenai deskripsi data masing- masing variabel penelitian dan pengaruh 2 variabel bebas yaitu *Technical Sales Skill* (X_1), dan *Non Technical Sales Sill* (X_2) dengan satu variabel perantara Kepercayaan Konsumen (Z) terhadap variabel terikat Kinerja Tenaga Penjualan (Y) pada pelanggan yang membeli produk mobil Suzuki langsung kepada tenaga penjualan Suzuki di wilayah Jakarta. Berikut adalah deskripsi variabelnya :

Dipindai dengan CamScanner

Dipindai dengan CamScanner

a. Deskripsi Variabel *Technical Sales Skill* (X_1) dan Perhitungan Skornya

Pada variabel *Technical Sales Skill*, penilaian dilakukan dengan 3 indikator, diantaranya adalah pengetahuan produk, pengetahuan pelanggan, dan pengetauan tentang pesaing. Dan berdasarkan tanggapan responden terhadap indikator-indikator variabel X1 berada pada range **TINGGI.** Berikut adalah tabel deskriptif variabel *Technical Sales Skill*

Tabel IV.6 Deskripsi Variabel Technical Sales Skill (X_1) dan Perhitungan Skornya

NO	PERNYATAAN	SS			S			CS			TS			STS			SKOR F TOTAL
	TECHNICAL SALES SKILL (X1)	JML	F	%	JML	F	%	JML	F	%	JML	F	%	JML	F	%	
PENGETAHUAN TENTANG PRODUK																	
1	Tenaga penjualan mampu menjelaskan manfaat produk	10	50	10%	55	220	57%	26	78	27%	3	6	3%	2	2	2%	356
2	Tenaga penjualan mampu menjelaskan keunggulan produk	8	40	8%	61	244	64%	26	78	27%	1	2	1%	0	0	0%	364
3	Tenaga penjualan mampu menawarkan variasi produk	15	75	16%	58	232	60%	20	60	21%	3	6	3%	0	0	0%	373
4	Tenaga penjualan dapat menjelaskan penggunaan produk	22	110	23%	45	180	47%	25	75	26%	4	8	4%	0	0	0%	373
5	Tenaga penjualan mampu menjelaskan cara pembelian produk	22	110	23%	50	200	52%	23	69	24%	1	2	1%	0	0	0%	381
6	Tenaga penjualan mampu menjelaskan komposisi produk	4	20	4%	22	88	23%	42	126	44%	24	48	25%	4	4	4%	286
PENGETAHUAN TENTANG PELANGGAN																	
7	Tenaga penjualan memahami selera konsumen	7	35	7%	37	148	39%	40	120	42%	12	24	13%	0	0	0%	327
8	Tenaga penjulan memahami kebutuhan konsumen	10	50	10%	32	128	33%	41	123	43%	13	26	14%	0	0	0%	327
9	Tenaga penjualan memahami daya beli konsumen	10	50	10%	23	92	24%	42	126	44%	20	40	21%	1	1	1%	309
10	Tenaga penjualan memahami permasalahan konsumem	15	75	16%	53	212	55%	25	75	26%	3	6	3%	0	0	0%	368
11	Tenaga penjualan memahami trend yang dimininati konsumen	51	255	53%	38	152	40%	5	15	5%	2	4	2%	0	0	0%	426
PENGETAHUAN TENTANG PESAING																	
12	Tenaga penjualan menjelaskan kelebihan produk yang ditawarkan dibanding produk pesaing	17	85	18%	34	136	35%	32	96	33%	11	22	11%	2	2	2%	341
13	Tenaga penjualan mengetahui strategi penjualan pesaing	4	20	4%	25	100	26%	40	120	42%	22	44	23%	5	5	5%	289
14	Tenaga penjualan menjelaskan kelemahan produk pesaing	4	20	4%	20	80	21%	28	84	29%	41	82	43%	3	3	3%	269
TOTAL SKOR FREKUENSI SELURUH INDIKATOR																	4789
RATA-RATA TOTAL SKOR SELURUH INDIKATOR																	342,07

Dipindai dengan CamScanner

b. Deskripsi Variabel *Non Technical Sales Skill* (X_2) dan Perhitungan Skornya

Pada variabel *Non Technical Sales Skill*, penilaian dilakukan dengan 5 indikator, diantaranya adalah Kemampuan Berkomunikasi, Bernegosiasi, Penampilan, Kejujuran, dan Tanggung Jawab. Dan berdasarkan tanggapan responden terhadap indikator-indikator variabel X2 berada pada range TINGGI. Berikut adalah tabel deskriptif variabel *Non Technical Sales Skill*:

Tabel IV.7 Deskripsi Variabel *Non Technical Sales* Skill (X2) dan Perhitungan Skor

NO	PERNYATAAN	SS			S			CS			TS			STS			SKOR F
	NON TECHNICAL SALES SKILL (X2)	JML	F	%	JML	F	%	JML	F	%	JML	F	%	JML	F	%	TOTAL
KEMAMPUAN BERKOMUNIKASI																	
1	Tenaga penjualan menyampaikan informasi produk Suzuki dengan jelas	23	115	24%	48	192	50%	20	60	21%	4	8	4%	1	1	1%	376
2	Tenaga penjualan menggunakan bahasa yang sopan	22	110	23%	47	188	49%	23	69	24%	3	6	3%	1	1	1%	374
3	Tenaga penjualan menggunakan komunikasi dua arah	19	95	20%	39	156	41%	29	87	30%	9	18	9%	0	0	0%	356
4	Tenaga penjualan memberikan kesempatan kepada konsumen untuk bertanya	30	150	31%	44	176	46%	13	39	14%	8	16	8%	1	1	1%	382
5	Tenaga penjualan menyimak keluhan yang disampaikan konsumen	11	55	11%	47	188	49%	29	87	30%	7	14	7%	2	2	2%	346
6	Tenaga penjualan memiliki intensitas penawaran yang agresif	22	110	23%	38	152	40%	29	87	30%	6	12	6%	1	1	1%	362
BERNEGOSIASI																	
7	Tenaga penjualan melakukan kesepakatan atas harga produk yang diinginkan konsumen	11	55	11%	43	172	45%	25	75	26%	15	30	16%	2	2	2%	334
8	Tenaga penjualan melakukan kesepakatan atas cara pembayaran produk yang diinginkan konsumen	24	120	25%	47	188	49%	21	63	22%	4	8	4%	0	0	0%	379
PENAMPILAN																	
9	Tenaga penjualan berpakaian rapi dan serasi	19	95	20%	47	188	49%	24	72	25%	4	8	4%	2	2	2%	365
10	Tenaga penjualan berpakaian sopan	24	120	25%	46	184	48%	20	60	21%	5	10	5%	1	1	1%	375
11	Tenaga penjualan mengutamakan keramahan	31	155	32%	53	212	55%	10	30	10%	2	4	2%	0	0	0%	401
KEJUJURAN																	
12	Tenaga penjualan menyampaikan informasi yang sebenarnya mengenai produk	19	95	20%	47	188	49%	25	75	26%	5	10	5%	0	0	0%	368
13	Tenaga penjualan memberikan bonus/hadiah yang menjadi hak konsumen	25	125	26%	36	144	38%	28	84	29%	6	12	6%	1	1	1%	366
14	Tenaga penjualan memberikan harga sesuai dengan ketentuan	20	100	21%	53	212	55%	15	45	16%	8	16	8%	0	0	0%	373
TANGGUNGJAWAB																	
15	Tenaga penjualan menepati janji yang telah disepakati	18	90	19%	39	156	41%	35	105	36%	2	4	2%	2	2	2%	357
16	Tenaga penjuaan mengantarkan produk yang sesuai dengan keinginan konsumen	25	125	26%	43	172	45%	26	78	27%	2	4	2%	0	0	0%	379
17	Tenaga penjualan memberikan pelayanan purnajual terhadap konsumen	5	25	5%	37	148	39%	33	99	34%	19	38	20%	2	2	2%	312
TOTAL SKOR SELURUH FREKUENSI																	6205
RATA RATA TOTAL SKOR SELURUH FREKUENSI																	365

Dipindai dengan CamScanner

c. Deskripsi Variabel Kepercayaan Konsumen (Z) dan Perhitungan Skornya

Pada variabel Kepercayaan Konsumen, penilaian dilakukan dengan 3 indikator, diantaranya adalah Kemampuan Tenaga Penjualan, Kebaikkan Hati Tenaga Penjualan, Integritas Tenaga Penjualan. Dan berdasarkan tanggapan responden terhadap indikator-indikator variabel Z berada pada range TINGGI. Berikut adalah tabel deskriptif variabel Kepercayaan Konsumen :

Tabel IV.8 Deskripsi Variabel Kepercayaan Konsumen (Z) dan Perhitungan Skor

NO	PERNYATAAN	SS			S			CS			TS			STS			SKOR F
	KEPERCAYAAN KONSUMEN (Z)	JML	F	%	JML	F	%	JML	F.	%	JML	F	%	JML	F	%	TOTAL
	KEMAMPUAN TENAGA PENJUALAN																
1	Tenaga penjualan handal dalam menawarkan produk	19	95	20%	33	132	34%	33	99	34%	11	22	11%	0	0	0%	348
2	Tenaga penjualan tidak diragukan dalam membujuk konsumen	18	90	19%	40	160	42%	27	81	28%	11	22	11%	0	0	0%	353
3	Tenaga penjualan mampu beradaptasi dengan konsumen	17	85	18%	46	184	48%	29	87	30%	4	8	4%	0	0	0%	364
	KEBAIKKAN HATI TENAGA PENJUALAN																
4	Adanya kepedulian tenaga penjualan terhadap penyampaian informasi yang dibutuhkan konsumen	7	35	7%	44	176	46%	34	102	35%	11	22	11%	0	0	0%	335
5	Tenaga penjualan mau memberikan solusi atas permasalahan konsumen	7	35	7%	39	156	41%	40	120	42%	10	20	10%	0	0	0%	331
6	Tenaga penjualan mau membantu mencarikan alternatif pilihan produk	15	75	16%	43	172	45%	31	93	32%	7	14	7%	0	0	0%	354
	INTEGRITAS TENAGA PENJUALAN																
7	Tenaga penjualan menjunjung tinggi nilai-nilai yang tidak merugikan orang lain	16	80	17%	45	180	47%	30	90	31%	5	10	5%	0	0	0%	360
8	Tenaga penjualan memperlakukan adil semua konsumen	19	95	20%	38	152	40%	32	96	33%	7	14	7%	0	0	0%	357
9	Tenaga Penjualan tidak membeda-bedakan konsumen	25	125	26%	39	156	41%	28	84	29%	4	8	4%	0	0	0%	373
	TOTAL SKOR SELURUH FREKUENSI																3175
	RATA RATA TOTAL SKOR SELURUH FREKUENSI																352,78

d. Deskripsi Variabel Kinerja Tenaga Penjulan (Y) dan Perhitungan Skornya

Pada variabel Kinerja Tenaga Penjualan, penilaian dilakukan dengan 3 indikator, diantaranya adalah Volume Penjualan, Pertumbuhan Pelanggan, Pertumbuhan Penjualan. Dan berdasarkan tanggapan responden terhadap indikator-indikator variabel Y berada pada range **TINGGI**. Berikut adalah tabel deskriptif variabel Kinerja Tenaga Penjualan :

Tabel IV.9 Deskripsi Variabel Kinerja Tenaga Penjualan (Y) dan Perhitungan Skor

NO	PERNYATAAN	SS			S			CS			TS			STS			SKOR F
	KEPERCAYAAN KONSUMEN (Z)	JML	F	%	JML	F	%	JML	F	%	JML	F	%	JML	F	%	TOTAL
VOLUME PENJUALAN																	
1	Saya memiliki produk mobil merk Suzuki	8	40	8%	37	148	39%	39	117	41%	12	24	13%	0	0	0%	329
2	Saya ingin membeli lagi produk mobil merk Suzuki	8	40	8%	32	128	33%	48	144	50%	7	14	7%	1	1	1%	327
PERTUMBUHAN PELANGGAN																	
3	Saya ingin membentuk atau mengikuti komunitas pecinta mobil merk Suzuki.	11	55	11%	27	108	28%	45	135	47%	11	22	11%	2	2	2%	322
4	Saya merekomendasikan produk Suzuki pada orang lain	8	40	8%	28	112	29%	56	168	58%	4	8	4%	0	0	0%	328
PERTUMBUHAN PENJUALAN																	
5	Digunakannya media lain (seperti BBM, Whatsapp, Twitter dan Instagram) dalam penjualan selain penjualan secara langsung.	27	135	28%	39	156	41%	17	51	18%	11	22	11%	2	2	2%	366
6	Selain komunitas pria, penjualan produk juga dilakukan pada komunitas ibu rumah tangga dan kaum remaja.	26	130	27%	39	156	41%	25	75	26%	6	12	6%	0	0	0%	373
TOTAL SKOR SELURUH FREKUENSI																	2045
RATA RATA TOTAL SKOR SELURUH FREKUENSI																	340,83

Dipindai dengan CamScanner

MILIK PERPUSTAKAAN STMI
Membaca : Ibadah, Mengambil : Dosa

BAB V

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

V.1 Uji Validitas Data

Validitas instrumen penelitian ini diuji dengan menggunakan teknik korelasi Product Moment. Kuesioner yang baik harus mampu mengungkap sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Setiap butir pertanyaan kuesioner dikatakan **VALID** apabila koefisien korelasi ≥ 0,3. Berikut adalah perhitungan untuk semua variabel penelitian.

Tabel V.1 Uji Validitas Manual

Hasil Uji Validitas *Technical Sales Skill*

V.1.1 Uji Validitas Variabel *Technical Sales Skill* (X1)

NO	X	Y	XY	X^2	Y^2
1	4	45	180	16	2025
2	4	55	220	16	3025
3	4	51	204	16	2601
4	2	46	92	4	2116
5	3	49	147	9	2401
6	4	47	188	16	2209
7	4	52	208	16	2704
8	4	48	192	16	2304
9	4	43	172	16	1849
10	3	53	159	9	2809
11	3	45	135	9	2025
12	4	48	192	16	2304
13	1	51	51	1	2601
14	3	37	111	9	1369
15	4	55	220	16	3025
16	3	37	111	9	1369
17	3	47	141	9	2209
18	4	49	196	16	2401
19	3	40	120	9	1690
20	4	46	184	16	2116
21	5	56	280	25	3136
22	4	55	220	16	3025
23	4	47	188	16	2209
24	4	54	216	16	2916
25	3	48	144	9	2304

Dipindai dengan CamScanner

26	4	54	216	16	2916
27	5	57	285	25	3249
28	3	56	168	9	3136
29	4	49	196	16	2401
30	4	60	240	16	3600
31	4	57	228	16	3249
32	3	42	126	9	1764
33	4	48	192	16	2304
34	4	59	236	16	3481
35	4	42	168	16	1764
36	4	52	208	16	2704
37	4	53	212	16	2809
38	3	53	159	9	2809
39	5	56	280	25	3136
40	4	57	228	16	3249
41	3	45	135	9	2025
42	4	63	252	16	3969
43	4	60	240	16	3600
44	4	51	204	16	2601
45	4	51	204	16	2601
46	5	58	290	25	3364
47	3	45	135	9	2025
48	4	51	204	16	2601
49	4	52	208	16	2704
50	4	44	176	16	1936
51	4	49	196	16	2401
52	5	63	315	25	3969
53	4	48	192	16	2304
54	5	57	285	25	3249
55	2	39	78	4	1521
56	4	49	196	16	2401
57	3	47	141	9	2209
58	4	46	184	16	2116
59	4	51	204	16	2601
60	4	54	216	16	2916
61	3	47	141	9	2209
62	4	54	216	16	2916
63	3	47	141	9	2209
64	3	44	132	9	1936
65	4	53	212	16	2809
66	4	49	196	16	2401
67	4	46	184	16	2116
68	3	49	147	9	2401

Dipindai dengan CamScanner

69	4	55	220	16	3025
70	2	36	72	4	1296
71	3	54	162	9	2916
72	4	48	192	16	2304
73	4	56	224	16	3136
74	5	58	290	25	3364
75	5	62	310	25	3844
76	4	50	200	16	2500
77	4	48	192	16	2304
78	4	44	176	16	1936
79	3	44	132	9	1936
80	3	45	135	9	2025
81	4	49	196	16	2401
82	1	47	47	1	2209
83	3	46	138	9	2116
84	4	52	208	16	2704
85	3	40	120	9	1600
86	3	46	138	9	2116
87	4	46	184	16	2116
88	3	46	138	9	2116
89	4	43	172	16	1849
90	5	57	285	25	3249
91	4	52	208	16	2704
92	4	52	208	16	2704
93	4	53	212	16	2809
94	3	46	138	9	2116
95	4	52	208	16	2704
96	5	51	255	25	2601
∑	**356**	**4789**	**17997**	**1378**	**242033**

Sumber: Data Diolah

- Menghitung nilai r_{hitung}:

  (Instrumen penelitian pernyataan 1 pada variabel *Technical Sales Skill*)

$$r = \frac{n(\Sigma XY) - (\Sigma X.\Sigma Y)}{\sqrt{(n\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2)(n\Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2)}}$$

$$r = \frac{96(17997) - (356.4789)}{\sqrt{(96.1378 - (356)^2)(96.242033 - (4789)^2)}}$$

Dipindai dengan CamScanner

$$r = \frac{1727712 - 1704884}{\sqrt{(5552)(300647)}}$$

$$r = \frac{22828}{40855,75}$$

$$r = 0,5587$$

Keputusan :

Berdasarkan hasil perhitungan uji validitas diatas, dapat diketahui bahwa *item* pernyataan 1 dari variabel *Technical Sales Skill* (X1) dinyatakan valid, karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ yaitu 0,5587 > 0,2006. Hal ini berarti menyatakan bahwa instrumen penelitian pernyataan 1 pada variabel *Technical Sales Skill* (X1) layak digunakan untuk pengumpulan data dalam penelitian ini.

Tabel V.2 Uji Validitas Manual

Hasil Uji Validitas *Non Technical Sales Skill*

V.1.2 Uji Validitas Variabel *Non Technical Sales Skill* (X2)

NO	X	Y	XY	X^2	Y^2
1	5	77	385	25	5929
2	4	66	264	16	4356
3	4	63	252	16	3969
4	5	71	355	25	5041
5	4	73	292	16	5329
6	4	67	268	16	4489
7	4	68	272	16	4624
8	4	60	240	16	3600
9	4	68	272	16	4624
10	4	59	236	16	3481
11	3	55	165	9	3025
12	4	60	240	16	3600
13	1	44	44	1	1936
14	3	54	162	9	2916

Dipindai dengan CamScanner

15	3	65	195	9	4225
16	3	47	141	9	2209
17	2	61	122	4	3721
18	4	70	280	16	4900
19	2	59	118	4	3481
20	4	59	236	16	3481
21	3	63	189	9	3969
22	4	69	276	16	4761
23	4	63	252	16	3969
24	4	70	280	16	4900
25	3	60	180	9	3600
26	4	69	276	16	4761
27	4	70	280	16	4900
28	5	55	275	25	3025
29	4	60	240	16	3600
30	3	71	213	9	5041
31	5	65	325	25	4225
32	3	57	171	9	3249
33	4	70	280	16	4900
34	4	69	276	16	4761
35	4	57	228	16	3249
36	3	68	204	9	4624
37	4	75	300	16	5625
38	5	77	385	25	5929
39	5	76	380	25	5776
40	4	68	272	16	4624
41	4	57	228	16	3249
42	4	62	248	16	3844
43	5	69	345	25	4761
44	5	66	330	25	4356
45	5	74	370	25	5476
46	5	74	370	25	5476
47	3	63	189	9	3969
48	4	64	256	16	4096
49	4	60	240	16	3600
50	4	58	232	16	3364
51	4	68	272	16	4624

Dipindai dengan CamScanner

52	5	74	370	25	5476
53	3	56	168	9	3136
54	4	72	288	16	5184
55	3	71	213	9	5041
56	4	58	232	16	3364
57	4	68	272	16	4624
58	5	68	340	25	4624
59	4	59	236	16	3481
60	4	63	252	16	3969
61	2	67	134	4	4489
62	3	58	174	9	3364
63	3	59	177	9	3481
64	3	59	177	9	3481
65	4	63	252	16	3969
66	3	65	195	9	4225
67	4	67	268	16	4489
68	3	58	174	9	3364
69	3	64	192	9	4096
70	2	53	106	4	2809
71	4	62	248	16	3844
72	3	63	189	9	3969
73	4	66	264	16	4356
74	5	71	355	25	5041
75	5	69	345	25	4761
76	4	66	264	16	4356
77	5	76	380	25	5776
78	4	70	280	16	4900
79	5	73	365	25	5329
80	4	60	240	16	3600
81	5	72	360	25	5184
82	5	64	320	25	4096
83	4	59	236	16	3481
84	4	55	220	16	3025
85	5	69	345	25	4761
86	5	72	360	25	5184
87	4	67	268	16	4489
88	4	68	272	16	4624

Dipindai dengan CamScanner

89	4	66	264	16	4356
90	3	57	171	9	3249
91	4	67	268	16	4489
92	5	65	325	25	4225
93	5	61	305	25	3721
94	5	65	325	25	4225
95	4	64	256	16	4096
96	4	63	252	16	3969
Σ	376	6205	24598	1540	405011

Sumber: Data Diolah

S

➢ Menghitung nilai r_{hitung}:

(Instrumen penelitian pernyataan 1 pada variabel *Non Technical Sales Skill*)

$$r = \frac{n(\Sigma XY) - (\Sigma X.\Sigma Y)}{\sqrt{(n\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2)(n\Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2)}}$$

$$r = \frac{96(24598) - (376.6205)}{\sqrt{(96.1540 - (376)^2)(96.405011 - (6205)^2)}}$$

$$r = \frac{2361408 - 2333080}{\sqrt{(6464)(379031)}}$$

$$r = \frac{28328}{49498{,}04}$$

$$\boldsymbol{r = 0{,}5723}$$

Keputusan :

Berdasarkan hasil perhitungan uji validitas diatas, dapat diketahui bahwa *item* pernyataan 1 dari variabel *Non Technical Sales Skill* (X2) dinyatakan valid, karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ yaitu 0,5723 > 0,2006. Hal ini berarti menyatakan bahwa instrumen penelitian pernyataan 1 pada variabel *Non Technical Sales Skill* (X2) layak digunakan untuk pengumpulan data dalam penelitian ini.

Dipindai dengan CamScanner

Tabel V.3 Uji Validitas Manual

Hasil Uji Validitas Kepercayaan Konsumen

V.1.3 Uji Validitas Variabel Kepercayaan Konsumen (Z)

NO	X	Y	XY	X^2	Y^2
1	3	39	117	9	1521
2	3	28	84	9	784
3	4	34	136	16	1156
4	4	37	148	16	1369
5	4	36	144	16	1296
6	5	36	180	25	1296
7	4	35	140	16	1225
8	3	27	81	9	729
9	5	39	195	25	1521
10	4	34	136	16	1156
11	3	29	87	9	841
12	4	32	128	16	1024
13	4	33	132	16	1089
14	2	26	52	4	676
15	2	28	56	4	784
16	2	21	42	4	441
17	3	31	93	9	961
18	5	33	165	25	1089
19	3	22	66	9	484
20	3	29	87	9	841
21	5	42	210	25	1764
22	4	39	156	16	1521

Dipindai dengan CamScanner

23	4	32	128	16	1024
24	4	34	136	16	1156
25	4	34	136	16	1156
26	5	37	185	25	1369
27	5	36	180	25	1296
28	3	34	102	9	1156
29	2	23	46	4	529
30	4	40	160	16	1600
31	4	42	168	16	1764
32	3	34	102	9	1156
33	5	40	200	25	1600
34	3	34	102	9	1156
35	3	30	90	9	900
36	3	32	96	9	1024
37	4	37	148	16	1369
38	5	40	200	25	1600
39	5	40	200	25	1600
40	2	31	62	4	961
41	3	31	93	9	961
42	5	42	210	25	1764
43	5	41	205	25	1681
44	3	26	78	9	676
45	4	31	124	16	961
46	4	39	156	16	1521
47	4	29	116	16	841
48	3	37	111	9	1369

Dipindai dengan CamScanner

49	3	30	90	9	900
50	4	36	144	16	1296
51	4	36	144	16	1296
52	4	38	152	16	1444
53	4	31	124	16	961
54	5	43	215	25	1849
55	3	33	99	9	1089
56	5	38	190	25	1444
57	3	29	87	9	841
58	3	34	102	9	1156
59	4	34	136	16	1156
60	4	31	124	16	961
61	2	25	50	4	625
62	3	27	81	9	729
63	3	27	81	9	729
64	3	31	93	9	961
65	4	36	144	16	1296
66	4	32	128	16	1024
67	5	34	170	25	1156
68	3	31	93	9	961
69	4	32	128	16	1024
70	2	24	48	4	576
71	3	30	90	9	900
72	2	22	44	4	484
73	3	32	96	9	1024
74	4	41	164	16	1681

Dipindai dengan CamScanner

75	5	37	185	25	1369
76	3	27	81	9	729
77	3	27	81	9	729
78	3	31	93	9	961
79	4	36	144	16	1296
80	4	32	128	16	1024
81	5	34	170	25	1156
82	3	31	93	9	961
83	4	32	128	16	1024
84	2	24	48	4	576
85	3	30	90	9	900
86	2	22	44	4	484
87	3	32	96	9	1024
88	4	41	164	16	1681
89	5	37	185	25	1369
90	5	36	180	25	1296
91	3	34	102	9	1156
92	2	23	46	4	529
93	4	40	160	16	1600
94	4	42	168	16	1764
95	3	34	102	9	1156
96	5	40	200	25	1600
Σ	348	3175	11874	1344	107705

Sumber: Data Diolah

- Menghitung nilai r_{hitung}:

  (Instrumen penelitian pernyataan 1 pada variabel Kepercayaan Konsumen)

Dipindai dengan CamScanner

$$r = \frac{n(\Sigma XY) - (\Sigma X.\Sigma Y)}{\sqrt{(n\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2)(n\Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2)}}$$

$$r = \frac{96(11874) - (348.3175)}{\sqrt{(96.1344 - (348)^2)(96.107705 - (3175)^2)}}$$

$$r = \frac{1139904 - 1104900}{\sqrt{(7920)(259055)}}$$

$$r = \frac{35004}{45295,87}$$

$$\boldsymbol{r = 0,7728}$$

Keputusan :

Berdasarkan hasil perhitungan uji validitas diatas, dapat diketahui bahwa *item* pernyataan 1 dari variabel Kepercayaan Konsumen (Z) dinyatakan valid, karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ yaitu 0,7728 > 0,2006. Hal ini berarti menyatakan bahwa instrumen penelitian pernyataan 1 pada variabel Kepercayaan Konsumen (Z) layak digunakan untuk pengumpulan data dalam penelitian ini.

Tabel V.4 Uji Validitas Manual

Hasil Uji Validitas *Technical Sales Skill*

V.1.4 Uji Validitas Variabel Kinerja Tenaga Penjualan (Y)

NO	X	Y	XY	X^2	Y^2
1	4	24	96	16	576
2	3	20	60	9	400
3	4	24	96	16	576
4	3	23	69	9	529
5	3	22	66	9	484
6	2	14	28	4	196
7	4	23	92	16	529
8	3	18	54	9	324

Dipindai dengan CamScanner

9	4	20	80	16	400
10	3	24	72	9	576
11	3	21	63	9	441
12	4	21	84	16	441
13	4	20	80	16	400
14	2	12	24	4	144
15	3	18	54	9	324
16	3	15	45	9	225
17	4	22	88	16	484
18	4	21	84	16	441
19	3	18	54	9	324
20	3	19	57	9	361
21	3	24	72	9	576
22	3	26	78	9	676
23	2	20	40	4	400
24	4	26	104	16	676
25	3	23	69	9	529
26	4	19	76	16	361
27	5	28	140	25	784
28	4	25	100	16	625
29	2	17	34	4	289
30	5	27	135	25	729
31	4	18	72	16	324
32	3	22	66	9	484
33	3	22	66	9	484
34	4	25	100	16	625
35	3	21	63	9	441
36	4	22	88	16	484
37	4	26	104	16	676
38	5	26	130	25	676
39	5	26	130	25	676
40	3	22	66	9	484
41	3	16	48	9	256
42	5	30	150	25	900
43	5	23	115	25	529
44	4	22	88	16	484
45	4	25	100	16	625

Dipindai dengan CamScanner

46	4	27	108	16	729
47	2	16	32	4	256
48	2	19	38	4	361
49	3	19	57	9	361
50	3	21	63	9	441
51	4	23	92	16	529
52	5	27	135	25	729
53	3	21	63	9	441
54	5	28	140	25	784
55	3	17	51	9	289
56	4	20	80	16	400
57	2	20	40	4	400
58	4	19	76	16	361
59	3	20	60	9	400
60	4	22	88	16	484
61	2	16	32	4	256
62	3	19	57	9	361
63	4	19	76	16	361
64	3	20	60	9	400
65	4	26	104	16	676
66	3	21	63	9	441
67	3	20	60	9	400
68	4	21	84	16	441
69	4	23	92	16	529
70	3	18	54	9	324
71	3	21	63	9	441
72	2	18	36	4	324
73	3	19	57	9	361
74	4	28	112	16	784
75	4	25	100	16	625
76	3	17	51	9	289
77	4	20	80	16	400
78	2	20	40	4	400
79	4	19	76	16	361
80	3	20	60	9	400
81	4	22	88	16	484
82	2	16	32	4	256

Dipindai dengan CamScanner

83	3	19	57	9	361
84	4	19	76	16	361
85	3	20	60	9	400
86	4	26	104	16	676
87	3	21	63	9	441
88	3	20	60	9	400
89	4	21	84	16	441
90	4	23	92	16	529
91	3	18	54	9	324
92	3	21	63	9	441
93	2	18	36	4	324
94	3	19	57	9	361
95	4	28	112	16	784
96	4	25	100	16	625
∑	329	2045	7198	1191	44715

Sumber: Data Diolah

- Menghitung nilai r_{hitung}:

  (Instrumen penelitian pernyataan 1 pada variable Kinerja Tenaga Penjualan)

$$r = \frac{n(\Sigma XY) - (\Sigma X.\Sigma Y)}{\sqrt{(n\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2)(n\Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2)}}$$

$$r = \frac{96(7198) - (329.2045)}{\sqrt{(96.1191 - (329)^2)(96.44715 - (2045)^2)}}$$

$$r = \frac{691008 - 672805}{\sqrt{(6095)(110615)}}$$

$$r = \frac{18203}{25965{,}33}$$

$$\boldsymbol{r = 0{,}7011}$$

Keputusan :

Berdasarkan hasil perhitungan uji validitas diatas, dapat diketahui bahwa *item* pernyataan 1 dari variabel Kinerja Tenaga Penjualan (Y) dinyatakan valid,

Dipindai dengan CamScanner

karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ yaitu 0,7011 > 0,2006. Hal ini berarti menyatakan bahwa instrumen penelitian pernyataan 1 pada variabel Kinerja Tenaga Penjualan (Y) layak digunakan untuk pengumpulan data dalam penelitian ini.

Cara perhitungan uji validitas secara manual dapat diterapkan untuk seluruh butir pertanyaan dari masing – masing variabel. Adapun rekapitulasi hasil uji validitas instrumen dengan menggunakan SPSS versi untuk setiap butir pertanyaan disajikan dalam tabel berikut.

Tabel V.5 Uji Validitas SPSS

Hasil Uji Validitas *Technical Sales Skill*, *Non Technical Sales Skill*, Kepercayaan Konsumen dan Kinerja Tenaga Penjualan

Variabel	Butiran	r_{hitung}	r_{tabel}	Status
Technical Sales Skill (X1)	1	0,559	0,2006	Valid
	2	0,518	0,2006	Valid
	3	0,552	0,2006	Valid
	4	0,598	0,2006	Valid
	5	0,548	0,2006	Valid
	6	0,556	0,2006	Valid
	7	0,483	0,2006	Valid
	8	0,497	0,2006	Valid
	9	0,444	0,2006	Valid
	10	0,479	0,2006	Valid
	11	0,240	0,2006	Valid
	12	0,597	0,2006	Valid
	13	0,581	0,2006	Valid
	14	0,389	0,2006	Valid
Non Technical Sales Skill (X2)	15	0,572	0,2006	Valid
	16	0404	0,2006	Valid
	17	0,427	0,2006	Valid
	18	0,552	0,2006	Valid
	19	0,639	0,2006	Valid
	20	0,482	0,2006	Valid

Dipindai dengan CamScanner

	21	0,499	0,2006	Valid
	22	0,505	0,2006	Valid
	23	0,344	0,2006	Valid
	24	0,412	0,2006	Valid
	25	0,383	0,2006	Valid
	26	0,449	0,2006	Valid
	27	0,335	0,2006	Valid
	28	0,314	0,2006	Valid
	29	0,509	0,2006	Valid
	30	0,447	0,2006	Valid
	31	0,254	0,2006	Valid
Variabel	**Butiran**	**r_{hitung}**	**r_{tabel}**	**Status**
Kepercayaan Konsumen (Z)	32	0,773	0,2006	Valid
	33	0,718	0,2006	Valid
	34	0,687	0,2006	Valid
	35	0,717	0,2006	Valid
	36	0,701	0,2006	Valid
	37	0,611	0,2006	Valid
	38	0,670	0,2006	Valid
	39	0,740	0,2006	Valid
	40	0,739	0,2006	Valid
Variabel	**Butiran**	**r_{hitung}**	**r_{tabel}**	**Status**
Kinerja Tenaga Penjualan (Y)	41	0,701	0,2006	Valid
	42	0,606	0,2006	Valid
	43	0,743	0,2006	Valid
	44	0,792	0,2006	Valid
	45	0,595	0,2006	Valid
	46	0,660	0,2006	Valid

Sumber: hasil pengolahan SPSS

Berdasarkan pengujian pada tabel uji validitas diatas, diketahui bahwa nilai r_{hitung} dari semua indikator setiap variabel > r_{tabel}. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa semua indikator dalam penelitian ini **valid** dan layak digunakan untuk pengumpulan data dalam penelitian..

Dipindai dengan CamScanner

V.2 Uji Realibilitas Data

Tabel V.6

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	*Cronbach's Alpha*	Keterangan
Technical Sales Skill	0,770	Reliabel
Non Technical Sales Skill	0,740	Reliabel
Kepercayaan Konsumen	0,875	Reliabel
Kinerja Tenaga Penjualan	0,758	Reliabel

Sumber: hasil pengolahan SPSS

Berdasarkan pengujian pada tabel uji reliabilitas diketahui bahwa semua variabel penelitian mempunyai *Cronbach's Alpha* (α) > 0,60, maka dapat disimpulkan bahwa keseluruhan variabel dalam peneliatan ini adalah ***reliable.***

Dipindai dengan CamScanner

V.3 Uji Asumsi Klasik

V.3.1 Uji Normalitas Liliefors

Signifikansi uji, nilai terbesar | F(zi) - S(zi) | dibandingkan dengan nilai tabel Lilliefors. Jika nilai | F(zi) - S(zi) | terbesar kurang dari nilai tabel Lilliefors, maka Ho diterima ; Ha ditolak sehingga dapat disimpulan bahwa sampel berasal dari populasi yang berdistribusi normal. Jika nilai | F(zi) - S(zi) | terbesar lebih besar dari nilai tabel Lilliefors, maka Ho ditolak ; Ha diterima sehingga dapat disimpulan bahwa sampel berasal dari populasi yang tidak berdistribusi normal pada Tabel nilai Quantil Statistik Lilliefors.

Pada penelitian ini didapatkan nilai L.Tabel dengan tingkat signifikansi 0,05 dengan jumlah sampel (n) = 96 yakni sebesar 0,09043 dengan hasil perhitungan L.Hitung dari masing-masing variabel bebas yakni sebagai berikut :

1. Variabel X1, L.Hitung = 0,082112 < L.tabel = 0,09043, kesimpulannya ialah Ho diterima dan Ha ditolak artinya sampel berasal dari populasi yang berdistrubusi normal.
2. Variabel X2, L.Hitung = 0,066023044 < L.tabel = 0,09043, kesimpulannya ialah Ho diterima dan Ha ditolak artinya sampel berasal dari populasi yang berdistrubusi normal.
3. Variabel Z, L.Hitung = 0,066369711 < L.tabel = 0,09043, kesimpulannya ialah Ho diterima dan Ha ditolak artinya sampel berasal dari populasi yang berdistrubusi normal.
4. Variabel Y, L.Hitung = 0,117894065 > L.tabel = 0,09043, kesimpulannya ialah Ho ditolak dan Ha dterima artinya sampel berasal dari populasi yang berdistrubusi tidak normal.

Berikut tabel perhitungan uji normalitas dengan uji liliefors :

Dipindai dengan CamScanner

Dipindai dengan CamScanner

Tabel V.7 Hasil Uji Normalitas Variabel X1

NO	Xi	F	Fkum	Zi	F(Zi)	S(Zi)	F(Zi)-S(Zi)	[F(Zi)-S(Zi)]	L.Hit	Ltabel	Keputusan
1	36	1	1	-2,4184	0,007794	0,010417	-0,00262	0,002622174	0,082112	0,09043	NORMAL
2	37	2	3	-2,24423	0,012409	0,03125	-0,01884	0,018841211			
3	39	1	4	-1,89589	0,028987	0,041667	-0,01268	0,012679632			
4	40	2	6	-1,72173	0,04256	0,0625	-0,01994	0,01994039			
5	42	2	8	-1,37339	0,084816	0,083333	0,001482	0,001482359			
6	43	2	10	-1,19922	0,115221	0,104167	0,011054	0,011054354			
7	44	4	14	-1,02505	0,152669	0,145833	0,006836	0,006835826			
8	45	5	19	-0,85088	0,197417	0,197917	-0,0005	0,000499897			
9	46	9	28	-0,67672	0,249293	0,291667	-0,04237	0,042373652			
10	47	7	35	-0,50255	0,307641	0,364583	-0,05694	0,056942272			
11	48	7	42	-0,32838	0,371312	0,4375	-0,06619	0,066187711			
12	49	8	50	-0,15421	0,438721	0,520833	-0,08211	0,082111834			
13	50	1	51	0,019957	0,507961	0,53125	-0,02329	0,023288926			
14	51	7	58	0,194125	0,576961	0,604167	-0,02721	0,02720566			
15	52	7	65	0,368293	0,643673	0,677083	-0,03341	0,033410617			
16	53	5	70	0,542462	0,70625	0,729167	-0,02292	0,022916971			
17	54	5	75	0,71663	0,763199	0,78125	-0,01805	0,018051286			
18	55	4	79	0,890798	0,813481	0,822917	-0,00944	0,009435437			
19	56	4	83	1,064966	0,856554	0,864583	-0,00803	0,008028932			
20	57	5	88	1,239135	0,892352	0,916667	-0,02431	0,024314511			
21	58	2	90	1,413303	0,921217	0,9375	-0,01628	0,016283362			
22	59	1	91	1,587471	0,943797	0,947917	-0,00412	0,004119671			
23	60	2	93	1,761639	0,960935	0,96875	-0,00782	0,007815134			
24	62	1	94	2,109976	0,98257	0,979167	0,003403	0,003403111			
25	63	2	96	2,284144	0,988818	1	-0,01118	0,011181535			

Dipindai dengan CamScanner

Tabel V.8 Hasil Uji Normalitas Variabel X2

NO	Xi	F	Fkum	Zi	F(Zi)	S(Zi)	F(Zi)-S(Zi)	[F(Zi)-S(Zi)]	Lhit	Ltabel	Keputusan
1	44	1	1	-3,20091	0,000685	0,010417	-0,009731692	0,00973169	0,066023	0,09043	NORMAL
2	47	1	2	-2,73556	0,003114	0,020833	-0,017719594	0,01771959			
3	53	1	3	-1,80485	0,035549	0,03125	0,004298793	0,00429879			
4	54	1	4	-1,64974	0,049498	0,041667	0,007831762	0,00783176			
5	55	3	7	-1,49462	0,067507	0,072917	-0,005409739	0,00540974			
6	56	1	8	-1,3395	0,090204	0,083333	0,006870326	0,00687033			
7	57	4	12	-1,18438	0,11813	0,125	-0,006869597	0,0068696			
8	58	4	16	-1,02927	0,151677	0,166667	-0,014989667	0,01498967			
9	59	7	23	-0,87415	0,191018	0,239583	-0,048565116	0,04856512			
10	60	6	29	-0,71903	0,23606	0,302083	-0,066023044	0,06602304			
11	61	2	31	-0,56392	0,286406	0,322917	-0,036510941	0,03651094			
12	62	2	33	-0,4088	0,341344	0,34375	-0,002406246	0,00240625			
13	63	8	41	-0,25368	0,399871	0,427083	-0,027212446	0,02721245			
14	64	4	45	-0,09856	0,460742	0,46875	-0,008007803	0,0080078			
15	65	5	50	0,056553	0,522549	0,520833	0,001716092	0,00171609			
16	66	5	55	0,21167	0,583818	0,572917	0,010901239	0,01090124			
17	67	5	60	0,366788	0,643111	0,625	0,018111281	0,01811128			
18	68	8	68	0,521905	0,699132	0,708333	-0,00920162	0,00920162			
19	69	6	74	0,677022	0,750804	0,770833	-0,020029301	0,0200293			
20	70	5	79	0,832139	0,797335	0,822917	-0,025581818	0,02558182			
21	71	4	83	0,987257	0,838242	0,864583	-0,026341772	0,02634177			
22	72	3	86	1,142374	0,873351	0,895833	-0,022482672	0,02248267			
23	73	2	88	1,297491	0,902769	0,916667	-0,013897811	0,01389781			

24	74	3	91	1,452608	0,926834	0,947917	-0,021082941	0,02108294			
25	75	1	92	1,607726	0,946052	0,958333	-0,012280988	0,01228099			
26	76	2	94	1,762843	0,961036	0,979167	-0,018130175	0,01813018			
27	77	2	96	1,91796	0,972442	1	-0,027558043	0,02755804			

Tabel V.9 Hasil Uji Normalitas Variabel Z

NO	Xi	F	Fkum	Zi	F(Zi)	S(Zi)	F(Zi)-S(Zi)	[F(Zi)-S(Zi)]	Lhit	Ltabel	Keputusan
1	21	1	1	-2,26524	0,011749	0,010417	0,001332	0,00133241	0,066369711	0,09043	NORMAL
2	22	3	4	-2,07761	0,018873	0,041667	-0,02279	0,02279389			
3	23	2	6	-1,88998	0,02938	0,0625	-0,03312	0,03311953			
4	24	2	8	-1,70235	0,044345	0,083333	-0,03899	0,03898826			
5	25	1	9	-1,51472	0,064922	0,09375	-0,02883	0,02882813			
6	26	2	11	-1,32709	0,09224	0,114583	-0,02234	0,02234367			
7	27	5	16	-1,13946	0,127256	0,166667	-0,03941	0,03941081			
8	28	2	18	-0,95183	0,170592	0,1875	-0,01691	0,01690827			
9	29	4	22	-0,7642	0,222374	0,229167	-0,00679	0,00679259			
10	30	4	26	-0,57657	0,282115	0,270833	0,011282	0,01128157			
11	31	10	36	-0,38894	0,34866	0,375	-0,02634	0,02633995			
12	32	9	45	-0,20131	0,420228	0,46875	-0,04852	0,04852228			
13	33	3	48	-0,01368	0,494542	0,5	-0,00546	0,00545789			
14	34	13	61	0,173948	0,569047	0,635417	-0,06637	0,06636971			
15	35	1	62	0,361578	0,641166	0,645833	-0,00467	0,00466706			
16	36	8	70	0,549208	0,708568	0,729167	-0,0206	0,02059817			
17	37	6	76	0,736837	0,769389	0,791667	-0,02228	0,02227734			
18	38	2	78	0,924467	0,822378	0,8125	0,009878	0,00987835			

Dipindai dengan CamScanner

19	39	4	82	1,112096	0,866952	0,854167	0,012785	0,012785			
20	40	6	88	1,299726	0,903153	0,916667	-0,01351	0,0135141			
21	41	3	91	1,487356	0,93154	0,947917	-0,01638	0,01637711			
22	42	4	95	1,674985	0,953031	0,989583	-0,03655	0,03655188			
23	43	1	96	1,862615	0,968742	1	-0,03126	0,03125823			

Tabel V.10 Hasil Uji Normalitas Variabel Y

NO	Xi	F	Fkum	Zi	F(Zi)	S(Zi)	F(Zi)-S(Zi)	[F(Zi)-S(Zi)]	Lhit	Ltabel	Keputusan
	12	1	1	-2,67098	0,003782	0,010417	-0,006635	0,00663516	0,117894	0,09043	FALSE
	14	1	2	-2,0967	0,01801	0,020833	-0,002823	0,00282345			
	15	1	3	-1,80957	0,035182	0,03125	0,0039315	0,00393152			
	16	4	7	-1,52243	0,063951	0,072917	-0,008966	0,00896582			
	17	3	10	-1,23529	0,108361	0,104167	0,0041945	0,00419447			
	18	8	18	-0,94815	0,171526	0,1875	-0,015974	0,01597422			
	19	12	30	-0,66102	0,254301	0,3125	-0,058199	0,05819872			
	20	14	44	-0,37388	0,354248	0,458333	-0,104086	0,10408556			
	21	12	56	-0,08674	0,465439	0,583333	-0,117894	0,11789406			
	22	9	65	0,200398	0,579415	0,677083	-0,097668	0,09766789			
	23	7	72	0,487536	0,687061	0,75	-0,062939	0,06293923			
	24	4	76	0,774674	0,780734	0,791667	-0,010933	0,01093285			
	25	5	81	1,061812	0,855839	0,84375	0,0120894	0,01208942			
	26	7	88	1,34895	0,911323	0,916667	-0,005343	0,00534325			
	27	3	91	1,636087	0,949089	0,947917	0,0011727	0,00117269			
	28	4	95	1,923225	0,972774	0,989583	-0,016809	0,01680922			
	30	1	96	2,497501	0,993746	1	-0.006254	0,00625361			

Dipindai dengan CamScanner

V.3.2 Uji Linieritas

Uji Linearitas Pengujian linieritas dimaksudkan untuk memperlihatkan bahwa rata-rata yang diperoleh dari kelompok data sampel terletak dalam garis-garis lurus. Hasil perhitungan uji linieritas dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel V.11

Hasil Uji Linieritas pada variabel X1 terhadap Y

			Sig.
ktp * tss	Between Groups	(Combined)	,000
		Linearity	,000
		Deviation from Linearity	,460

Probabilitas untuk nilai Deviation from Linearity Sig. = 0,460 > 0,05, berarti tidak terdapat perbedaan kelinieran antara Variabel X1 dengan Y. Ini menunjukkan bahwa data variabel X1 dengan Y linier.

Tabel V.12

Hasil Uji Linieritas pada variabel X2 terhadap Y

			Sig.
ktp * ntss	Between Groups	(Combined)	,002
		Linearity	,000
		Deviation from Linearity	,063

Probabilitas untuk nilai Deviation from Linearity Sig. = 0,063 > 0,05, berarti tidak terdapat perbedaan kelinieran antara Variabel X2 dengan Y. Ini menunjukkan bahwa data variabel X2 dengan Y linier.

Tabel V.13

Hasil Uji Linieritas pada variabel Z terhadap Y

			Sig.
ktp * kk	Between Groups	(Combined)	,019
		Linearity	,000
		Deviation from Linearity	,937

Dipindai dengan CamScanner

Probabilitas untuk nilai Deviation from Linearity Sig. = 0,937 > 0,05, berarti tidak terdapat perbedaan kelinieran antara Variabel Z dengan Y. Ini menunjukkan bahwa data variabel Z dengan Y linier.

Tabel V.14

Hasil Uji Linieritas pada variabel X1 terhadap Z

			Sig.
kk * tss	Between Groups	(Combined)	,002
		Linearity	,000
		Deviation from Linearity	,122

Probabilitas untuk nilai Deviation from Linearity Sig. = 0,122 > 0,05, berarti tidak terdapat perbedaan kelinieran antara Variabel X1 dengan Z. Ini menunjukkan bahwa data variabel X1 dengan Z linier.

Tabel V.15

Hasil Uji Linieritas pada variabel X2 terhadap Z

			Sig.
kk * ntss	Between Groups	(Combined)	,200
		Linearity	,000
		Deviation from Linearity	,874

Probabilitas untuk nilai Deviation from Linearity Sig. = 0,874 > 0,05, berarti tidak terdapat perbedaan kelinieran antara Variabel X2 dengan Z. Ini menunjukkan bahwa data variabel X2 dengan Z linier.

Dipindai dengan CamScanner

V.3.3 Uji Homogenitas

Uji homogenitas adalah pengujian mengenai sama tidaknya variansi-variansi dua buah distribusi atau lebih. Uji homogenitas biasanya digunakan sebagai syarat dalam analisis independen sample T Tes dan Anova. Dasar pengambilan keputusannya ialah :

1. Jika nilai signifikansi > 0,05 maka distribusi data adalah homogen
2. Jika nilai signifikansi < 0,05 maka distribusi data aalah tidak homogen

V.3.3.1 Uji Homogenitas Variabel *Technical Sales Skill* terhadap Kinerja Tenaga Penjualan

Tabel V.16

Hasil Uji Homogenitas X1 terhadap Y

Test of Homogeneity of Variances

TSS

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1,607	12	79	,106

Berdasarkan tabel diatas pada tabel signifikansi dengan nilai 0,106 > 0,05 nilai signifikansinya maka distribusi data adalah homogen.

V.3.3.2 Uji Homogenitas Variabel *Non Technical Sales Skill* terhadap Kinerja Tenaga Penjualan

Tabel V.15

Hasil Uji Homogenitas X2 terhadap Y

Test of Homogeneity of Variances

NTSS

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
,900	12	79	,551

Berdasarkan tabel diatas pada tabel signifikansi dengan nilai 0,551 > 0,05 nilai signifikansinya maka distribusi data adalah homogen.

Dipindai dengan CamScanner

V.3.3.3 Uji Homogenitas Variabel Kepercayaan Konsumen terhadap Kinerja Tenaga Penjualan

Tabel V.16

Hasil Uji Homogenitas Z terhadap Y

Test of Homogeneity of Variances

KK

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1,870	12	79	,051

Berdasarkan tabel diatas pada tabel signifikansi dengan nilai 0,051 > 0,05 nilai signifikansinya maka distribusi data adalah homogen.

V.3.3.4 Uji Homogenitas Variabel *Technical Sales Skill* terhadap Kepercayaan Konsumen

Tabel V.17

Hasil Uji Homogenitas X1 terhadap Z

Test of Homogeneity of Variances

TSS

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
2,244	18	73	,008

Berdasarkan tabel diatas pada tabel signifikansi dengan nilai 0,008 > 0,05 nilai signifikansinya maka distribusi data adalah tidak homogen.

Dipindai dengan CamScanner

V.3.3.5 Uji Homogenitas Variabel *Technical Sales Skill* terhadap Kepercayaan Konsumen

Tabel V.18

Hasil Uji Homogenitas X2 terhadap Z

Test of Homogeneity of Variances

NTSS

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
2,997	18	73	,000

Berdasarkan tabel diatas pada tabel signifikansi dengan nilai 0,000 > 0,05 nilai signifikansinya maka distribusi data adalah tidak homogen.

V.4 Uji Koefisien Korelasi

Korelasi merupakan istilah yang digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antar variabel. Korelasi sederhana yaitu analisis korelasi yang hanya melibatkan dua variabel (bivariat). Korelasi berganda adalah korelasi antara dua atau lebih variabel bebas secara bersama – sama dengan satu variabel terikat. Angka yang menunjukkan arah dan besar kuatnya hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat disebut koefisien korelasi.

Koefisien korelasi dapat bertanda + (positif) atau – (negatif) dengan angka berkisar dari -1 hingga +1. Jika koefisien korelasi mendekati +1 , maka koefisien korelasi menunjukkan adanya hubungan yang semakin kuat dan positif. Jika koefisien korelasi mendekati -1, maka koefisien korelasi menunjukkan hubungan yang semakin kuat dan negatif. Jika koefisien bernilai 0 maka menunjukkan variabel bebas dan terikatnya tidak memiliki hubungan. Berikut adalah pedoman untuk interpretasi nilai koefisien korelasi.

Dipindai dengan CamScanner

Tabel V.19 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi

Koefisien Korelasi	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Lemah
0,200–0, 399	Lemah
0,400–0,599	Sedang
0,600–0,799	Kuat
0,800–1,000	Sangat Kuat

V.4.1 Koefisien Korelasi Berganda

Koefisien korelasi berganda menunjukkan kekuatan hubungan antara variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikatnya. Hasil perhitungan untuk koefisien korelasi berganda antar variabel pada penelitian ini akan dijelaskan melalui perhitungan berikut. Perhitungan untuk analisis koefisien korelasi berganda adalah sebagai berikut.

$$RX1.X2.Z.Y = \sqrt{\frac{b1.\Sigma X_1 Y + b2.\Sigma X_2 Y + bZ.\Sigma ZY}{\Sigma Y^2}}$$

$$= \sqrt{\frac{0{,}274(1171) + 0{,}0998(901) + 0{,}159(913)}{1152}}$$

$$= \sqrt{\frac{320{,}854+89{,}9198+145{,}167}{1152}}$$

$$= \sqrt{\frac{555{,}9408}{1152{,}24}}$$

$$= \sqrt{0{,}483}$$

$$= 0{,}695$$

Dipindai dengan CamScanner

NO	X1	X2	Z	Y	$X1^2$	$X2^2$	Z^2	Y^2	X_1Y	X_2Y	ZY	X_1X_2	X_1Z	X_2Z
1	45	77	39	24	2025	5929	1521	576	1080	1848	936	3465	1755	3003
2	55	66	28	20	3025	4356	784	400	1100	1320	560	3630	1540	1848
3	51	63	34	24	2601	3969	1156	576	1224	1512	816	3213	1734	2142
4	46	71	37	23	2116	5041	1369	529	1058	1633	851	3266	1702	2627
5	49	73	36	22	2401	5329	1296	484	1078	1606	792	3577	1764	2628
6	47	67	36	14	2209	4489	1296	196	658	938	504	3149	1692	2412
7	52	68	35	23	2704	4624	1225	529	1196	1564	805	3536	1820	2380
8	48	60	27	18	2304	3600	729	324	864	1080	486	2880	1296	1620
9	43	68	39	20	1849	4624	1521	400	860	1360	780	2924	1677	2652
10	53	59	34	24	2809	3481	1156	576	1272	1416	816	3127	1802	2006
11	45	55	29	21	2025	3025	841	441	945	1155	609	2475	1305	1595
12	48	60	32	21	2304	3600	1024	441	1008	1260	672	2880	1536	1920
13	51	44	33	20	2601	1936	1089	400	1020	880	660	2244	1683	1452
14	37	54	26	12	1369	2916	676	144	444	648	312	1998	962	1404
15	55	65	28	18	3025	4225	784	324	990	1170	504	3575	1540	1820
16	37	47	21	15	1369	2209	441	225	555	705	315	1739	777	987
17	47	61	31	22	2209	3721	961	484	1034	1342	682	2867	1457	1891
18	49	70	33	21	2401	4900	1089	441	1029	1470	693	3430	1617	2310
19	40	59	22	18	1600	3481	484	324	720	1062	396	2360	880	1298
20	46	59	29	19	2116	3481	841	361	874	1121	551	2714	1334	1711
21	56	63	42	24	3136	3969	1764	576	1344	1512	1008	3528	2352	2646
22	55	69	39	26	3025	4761	1521	676	1430	1794	1014	3795	2145	2691
23	47	63	32	20	2209	3969	1024	400	940	1260	640	2961	1504	2016
24	54	70	34	26	2916	4900	1156	676	1404	1820	884	3780	1836	2380

Dipindai dengan CamScanner

25	48	60	34	23	2304	3600	1156	529	1104	1380	782	2880	1632	2040
26	54	69	37	19	2916	4761	1369	361	1026	1311	703	3726	1998	2553
27	57	70	36	28	3249	4900	1296	784	1596	1960	1008	3990	2052	2520
28	56	55	34	25	3136	3025	1156	625	1400	1375	850	3080	1904	1870
29	49	60	23	17	2401	3600	529	289	833	1020	391	2940	1127	1380
30	60	71	40	27	3600	5041	1600	729	1620	1917	1080	4260	2400	2840
31	57	65	42	18	3249	4225	1764	324	1026	1170	756	3705	2394	2730
32	42	57	34	22	1764	3249	1156	484	924	1254	748	2394	1428	1938
33	48	70	40	22	2304	4900	1600	484	1056	1540	880	3360	1920	2800
34	59	69	34	25	3481	4761	1156	625	1475	1725	850	4071	2006	2346
35	42	57	30	21	1764	3249	900	441	882	1197	630	2394	1260	1710
36	52	68	32	22	2704	4624	1024	484	1144	1496	704	3536	1664	2176
37	53	75	37	26	2809	5625	1369	676	1378	1950	962	3975	1961	2775
38	53	77	40	26	2809	5929	1600	676	1378	2002	1040	4081	2120	3080
39	56	76	40	26	3136	5776	1600	676	1456	1976	1040	4256	2240	3040
40	57	68	31	22	3249	4624	961	484	1254	1496	682	3876	1767	2108
41	45	57	31	16	2025	3249	961	256	720	912	496	2565	1395	1767
42	63	62	42	30	3969	3844	1764	900	1890	1860	1260	3906	2646	2604
43	60	69	41	23	3600	4761	1681	529	1380	1587	943	4140	2460	2829
44	51	66	26	22	2601	4356	676	484	1122	1452	572	3366	1326	1716
45	51	74	31	25	2601	5476	961	625	1275	1850	775	3774	1581	2294
46	58	74	39	27	3364	5476	1521	729	1566	1998	1053	4292	2262	2886
47	45	63	29	16	2025	3969	841	256	720	1008	464	2835	1305	1827
48	51	64	37	19	2601	4096	1369	361	969	1216	703	3264	1887	2368
49	52	60	30	19	2704	3600	900	361	988	1140	570	3120	1560	1800

Dipindai dengan CamScanner

50	44	58	36	21	1936	3364	1296	441	924	1218	756	2552	1584	2088
51	49	68	36	23	2401	4624	1296	529	1127	1564	828	3332	1764	2448
52	63	74	38	27	3969	5476	1444	729	1701	1998	1026	4662	2394	2812
53	48	56	31	21	2304	3136	961	441	1008	1176	651	2688	1488	1736
54	57	72	43	28	3249	5184	1849	784	1596	2016	1204	4104	2451	3096
55	39	71	33	17	1521	5041	1089	289	663	1207	561	2769	1287	2343
56	49	58	38	20	2401	3364	1444	400	980	1160	760	2842	1862	2204
57	47	68	29	20	2209	4624	841	400	940	1360	580	3196	1363	1972
58	46	68	34	19	2116	4624	1156	361	874	1292	646	3128	1564	2312
59	51	59	34	20	2601	3481	1156	400	1020	1180	680	3009	1734	2006
60	54	63	31	22	2916	3969	961	484	1188	1386	682	3402	1674	1953
61	47	67	25	16	2209	4489	625	256	752	1072	400	3149	1175	1675
62	54	58	27	19	2916	3364	729	361	1026	1102	513	3132	1458	1566
63	47	59	27	19	2209	3481	729	361	893	1121	513	2773	1269	1593
64	44	59	31	20	1936	3481	961	400	880	1180	620	2596	1364	1829
65	53	63	36	26	2809	3969	1296	676	1378	1638	936	3339	1908	2268
66	49	65	32	21	2401	4225	1024	441	1029	1365	672	3185	1568	2080
67	46	67	34	20	2116	4489	1156	400	920	1340	680	3082	1564	2278
68	49	58	31	21	2401	3364	961	441	1029	1218	651	2842	1519	1798
69	55	64	32	23	3025	4096	1024	529	1265	1472	736	3520	1760	2048
70	36	53	24	18	1296	2809	576	324	648	954	432	1908	864	1272
71	54	62	30	21	2916	3844	900	441	1134	1302	630	3348	1620	1860
72	48	63	22	18	2304	3969	484	324	864	1134	396	3024	1056	1386
73	56	66	32	19	3136	4356	1024	361	1064	1254	608	3696	1792	2112
74	58	71	41	28	3364	5041	1681	784	1624	1988	1148	4118	2378	2911

Dipindai dengan CamScanner

75	62	69	37	25	3844	4761	1369	625	1550	1725	925	4278	2294	2553
76	50	66	27	17	2500	4356	729	289	850	1122	459	3300	1350	1782
77	48	76	27	20	2304	5776	729	400	960	1520	540	3648	1296	2052
78	44	70	31	20	1936	4900	961	400	880	1400	620	3080	1364	2170
79	44	73	36	19	1936	5329	1296	361	836	1387	684	3212	1584	2628
80	45	60	32	20	2025	3600	1024	400	900	1200	640	2700	1440	1920
81	49	72	34	22	2401	5184	1156	484	1078	1584	748	3528	1666	2448
82	47	64	31	16	2209	4096	961	256	752	1024	496	3008	1457	1984
83	46	59	32	19	2116	3481	1024	361	874	1121	608	2714	1472	1888
84	52	55	24	19	2704	3025	576	361	988	1045	456	2860	1248	1320
85	40	69	30	20	1600	4761	900	400	800	1380	600	2760	1200	2070
86	46	72	22	26	2116	5184	484	676	1196	1872	572	3312	1012	1584
87	46	67	32	21	2116	4489	1024	441	966	1407	672	3082	1472	2144
88	46	68	41	20	2116	4624	1681	400	920	1360	820	3128	1886	2788
89	43	66	37	21	1849	4356	1369	441	903	1386	777	2838	1591	2442
90	57	57	36	23	3249	3249	1296	529	1311	1311	828	3249	2052	2052
91	52	67	34	18	2704	4489	1156	324	936	1206	612	3484	1768	2278
92	52	65	23	21	2704	4225	529	441	1092	1365	483	3380	1196	1495
93	53	61	40	18	2809	3721	1600	324	954	1098	720	3233	2120	2440
94	46	65	42	19	2116	4225	1764	361	874	1235	798	2990	1932	2730
95	52	64	34	28	2704	4096	1156	784	1456	1792	952	3328	1768	2176
96	51	63	40	25	2601	3969	1600	625	1275	1575	1000	3213	2040	2520
Σ	4789	6205	3175	2045	242033	405011	107705	44715	103187	133080	68547	310620	159673	206546

Sumber : Data Primer Diolah

Tabel V.20 Tabel Penolong Koefisien Korelasi dan Regresi

Dipindai dengan CamScanner

V.4.2 Koefisien Korelasi Sederhana

a) **Nilai Korelasi parsial antara X1 dan Y**

$$r_{x1.y} = \frac{n(\Sigma X_1 Y) - (\Sigma X_1)(\Sigma Y)}{\sqrt{((n.\Sigma {X_1}^2 - (\Sigma X1)^2)((n.\Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2)}}$$

$$r_{x1.y} = \frac{96(103187) - (4789)(2045)}{\sqrt{((96)(242033) - (4789)^2))((96)(44715) - (2045)^2)}}$$

$$rx1.y = \frac{9905952 - 9793505}{\sqrt{(23235168 - 22934521)(4292640 - 4182025)}}$$

$$rx1.y = \frac{112447}{\sqrt{(300647)(110615)}}$$

$$rx1.y = \frac{112447}{182362{,}5}$$

$$rx1.y = 0{,}617$$

b) **Nilai Korelasi parsial antara X2 dan Y**

$$r_{x2.y} = \frac{n(\Sigma X_2 Y) - (\Sigma X_2)(\Sigma Y)}{\sqrt{((n.\Sigma {X_2}^2 - (\Sigma X2)^2)(n.\Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2)}}$$

$$r_{x2.y} = \frac{96(133080) - (6205)(2045)}{\sqrt{((96)(405011) - (6205)^2))((96)(44715) - (2045)^2)}}$$

$$rx2.y = \frac{12775680 - 12689225}{\sqrt{(38881056 - 38502025)(4292640 - 4182025)}}$$

$$rx2.y = \frac{86455}{\sqrt{(379031)(110615)}}$$

$$rx2.y = \frac{86455}{204759{,}65}$$

$$rx2.y = 0{,}422$$

Dipindai dengan CamScanner

c) **Nilai korelasi parsial antara Z dan Y**

$$r_{z.y} = \frac{n(\Sigma ZY) - (\Sigma Z)(\Sigma Y)}{\sqrt{((n.\Sigma Z^2 - (\Sigma Z)^2)((n.\Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2)}}$$

$$r_{z.y} = \frac{96(68547) - (3175)(2045)}{\sqrt{((96)(107705) - (3175)^2)((96)(44715) - (2045)^2)}}$$

$$r_{z.y} = \frac{6580512 - 6492875}{\sqrt{(10339680 - 10080625)(4292640 - 4182025)}}$$

$$r_{z.y} = \frac{87637}{\sqrt{(259055)(110615)}}$$

$$r_{z.y} = \frac{87637}{169278{,}97}$$

$$r_{z.y} = 0{,}518$$

d) **Nilai korelasi parsial antara X1 dan X2**

$$r_{x1.x2} = \frac{n(\Sigma X_1 X_2) - (\Sigma X_1)(\Sigma X_2)}{\sqrt{((n.\Sigma {X_1}^2 - (\Sigma X1)^2)((n.\Sigma {X_2}^2 - (\Sigma X_2)^2)}}$$

$$r_{x1.x2} = \frac{96(310620) - (4789)(6205)}{\sqrt{((96)(242033) - (4789)^2)((96)(405011) - (6205)^2)}}$$

$$r_{x1.x2} = \frac{29819520 - 29715745}{\sqrt{(23235168 - 22934521)((38881056 - 38502025)}}$$

$$r_{x1.x2} = \frac{103755}{\sqrt{(300647)((379031)}}$$

$$r_{x1.x2} = \frac{103755}{\sqrt{(300647)((379031)}}$$

$$r_{x1.x2} = \frac{103755}{337571{,}5}$$

$$r_{x1.x2} = 0{,}307$$

Dipindai dengan CamScanner

e) **Nilai korelasi parsial antara X1 dan Z**

$$r_{x1.z} = \frac{n(\Sigma X_1 Z) - (\Sigma X_1)(\Sigma Z)}{\sqrt{((n.\Sigma {X_1}^2 - (\Sigma X1)^2)((n.\Sigma Z^2 - (\Sigma Z)^2)}}$$

$$r_{x1.z} = \frac{96(159673) - (4789)(3175)}{\sqrt{((96)(242033) - (4789)^2)((96)(107705) - (3175)^2)}}$$

$$r_{x1.z} = \frac{15328608 - 15205075}{\sqrt{((23235168 - 22934521)(10339680 - 10080625))}}$$

$$r_{x1.z} = \frac{123533}{\sqrt{((300647)(259055))}}$$

$$r_{x1.z} = \frac{123533}{279077{,}245}$$

$$r_{x1.z} = 0{,}443$$

f) **Nilai korelasi parsial antara X2 dan Z**

$$r_{x2.z} = \frac{n(\Sigma X_2 Z) - (\Sigma X_2)(\Sigma Z)}{\sqrt{((n.\Sigma {X_2}^2 - (\Sigma X2)^2)((n.\Sigma Z^2 - (\Sigma Z)^2)}}$$

$$r_{x2.z} = \frac{96(206546) - (6205)(3175)}{\sqrt{((96)(405011) - (6205)^2)((96)(107705) - (3175)^2)}}$$

$$r_{x2.z} = \frac{19828416 - 19700875}{\sqrt{(38881056 - 38502025)(10339680 - 10080625)}}$$

$$r_{x2.z} = \frac{127541}{\sqrt{(379031)(259055)}}$$

$$r_{x2.z} = \frac{127541}{313352{,}6}$$

$$r_{x2.z} = 0{,}407$$

Dipindai dengan CamScanner

V.5 Analisis Regresi Linier Sederhana dan Berganda

Analisis regresi berganda ditujukan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas yang terdiri dari *technical sales skill, non technical sales skill* dan kepercayaan konsumen terhadap variabel terikat (kinerja tenaga penjualan) pada sub struktur 2. Mengetahui pengaruh antara variabel bebas yang terdiri dari *technical sales skill* dan *non technical sales skll* terhadap vaiabel terikat (kepercayaan konsumen) pada sub struktur 1. Berikut hasil perhitungan yang telah dilakukan :

a) Menghitung skor deviasi

1. $\Sigma X1^2 = \Sigma X1^2 - \frac{(\Sigma X1)^2}{n}$

   $= 242033 - \frac{(4789)^2}{96}$

   $= 242033 - 238901$

   $= 3132$

2. $\Sigma X2^2 = \Sigma X2^2 - \frac{(\Sigma X2)^2}{n}$

   $= 405011 - \frac{(6205)^2}{96}$

   $= 405011 - 401063$

   $= 3948$

3. $\Sigma Z^2 = \Sigma Z^2 - \frac{(\Sigma Z)^2}{n}$

   $= 107705 - \frac{(3175)^2}{96}$

   $= 107705 - 105006{,}5$

   $= 2698{,}5$

4. $\Sigma Y^2 = \Sigma Y^2 - \frac{(\Sigma Y)^2}{n}$

   $= 44715 - \frac{(2045)^2}{96}$

   $= 44715 - 43563$

   $= 1152$

5. $\Sigma X_1 Y = \Sigma X_1 Y - \frac{(\Sigma X1)(\Sigma Y)}{n}$

Dipindai dengan CamScanner

$=103187 - \frac{(4789)(2045)}{96}$

$= 103187 - 102016$

$=1171$

6. $\Sigma X_2 Y = \Sigma X_2 Y - \frac{(\Sigma X2)(\Sigma Y)}{n}$

$=133080 - \frac{(6205)(2045)}{96}$

$=133080 - 132179$

$= 901$

7. $\Sigma ZY = \Sigma ZY - \frac{(\Sigma Z)(\Sigma Y)}{n}$

$=68547 - \frac{(3175)(2045)}{96}$

$=68547 - 67634$

$= 913$

8. $\Sigma X_1 X_2 = \Sigma X_1 X_2 - \frac{(\Sigma X1)(\Sigma X2)}{n}$

$=310620 - \frac{(4789)(6205)}{96}$

$= 310620 - 309539$

$= 1081$

9. $\Sigma X_1 Z = \Sigma X_1 Z - \frac{(\Sigma X1)(\Sigma Z)}{n}$

$= 159673 - \frac{(4789)(3175)}{96}$

$=159673 - 158386$

$=1287$

10. $\Sigma X_2 Z = \Sigma X_2 Z - \frac{(\Sigma X2)(\Sigma Z)}{n}$

$=206546 - \frac{(6205)(3175)}{96}$

$=206546 - 205217$

$=1329$

Dipindai dengan CamScanner

b) Metode eliminasi untuk mencari b_{x1}, b_{x2}, b_{xz} untuk regresi struktur 2

1. Masukkan hasil perhitungan skor deviasi di atas ke persamaan –persamaan di bawah ini

   $\Sigma X_1 Y = \Sigma X_1^2 b_1 + \Sigma X_1 X_2 b_2 + \Sigma X_1 Z b_z +$

   $1171 = 3132\ b_1 + 1081\ b_2 + 1287\ b_Z$ .....(i)

   $\Sigma X_2 Y = \Sigma X_1 X_2 b_1 + \Sigma X_2^2 b_2 + \Sigma X_2 Z b_z +$

   $901 = 1081\ b_1 + 3948,\ b_2 + 1329\ b_Z$ .....(ii)

   $\Sigma ZY = \Sigma X_1 Z b_1 + \Sigma X_2 Z b_2 + \Sigma Z^2 b_z +$

   $913 = 1287\ b_1 + 1329\ b_2 + 2698{,}5\ b_Z$ .....(iii)

2. Persamaan (i), (ii) dan (iii) dibagi dengan masing-masing koefisien b_3 nya

   $1171 = 3132\ b_1 + 1081\ b_2 + 1287\ b_Z$ .....(i)

   menjadi,

   $0{,}91 = 2{,}434\ b_1 + 0{,}84\ b_2 + b_Z$ .....(iv)

   $901 = 1081\ b_1 + 3948\ b_2 + 1329\ b_Z$ .....(ii)

   menjadi,

   $0{,}68 = 0{,}8134\ b_1 + 2{,}971\ b_2 + b_Z$ .....(v)

   $913 = 1287\ b_1 + 1329\ b_2 + 2698{,}5\ b_Z$ .....(iii)

   menjadi,

   $0{,}34 = 0{,}48\ b_1 + 0{,}4923\ b_2 + b_Z$ .....(vi)

3. Eliminasi persamaan (iv) dan (v)

   $0{,}91 = 2{,}434\ b_1 + 0{,}84\ b_2 + b_Z$

   $\underline{0{,}68 = 0{,}8134\ b_1 + 2{,}971\ b_2 + b_Z\ -}$

   $0{,}23 = 1{,}6206\ b_1 - 2{,}131\ b_2$ .....(vii)

4. Eliminasi persamaan (v) dan (vi)

   $0{,}68 = 0{,}8134\ b_1 + 2{,}971\ b_2 + b_Z$

   $\underline{0{,}34 = 0{,}48\ b_1 + 0{,}4923\ b_2 + b_Z\ -}$

   $0{,}34 = 0{,}3334\ b_1 + 2{,}4787\ b_2$ .....(viii)

5. Persamaan (vii) dan (viii) dibagi dengan masing-masing koefisien b^2 nya

   $0{,}23 = 1{,}6204\ b_1 - 2{,}131\ b_2$ .....(vii)

Dipindai dengan CamScanner

menjadi,

$-0{,}108 = -0{,}76\ b_1 + b_2$ .....(ix)

$0{,}34 = 0{,}3334\ b_1 + 2{,}4787\ b_2$ .....(viii)

menjadi,

$0{,}137 = 0{,}135\ b_1 + b_2$ .....(x)

6. Eliminasi persamaan (ix) dan (x)

$-0{,}108 = -0{,}76\ b_1 + b_2$

$0{,}137 = 0{,}135\ b_1 + b_2$ −

$-0{,}245 = -\ 0{,}895\ b_1$

Maka,

$b_1 = \frac{0{,}245}{0{,}895}$

$b_1 = 0{,}274$

Substitusi nilai b_1 kedalam persamaan (x) untuk mencari nilai b_2

$0{,}137 = 0{,}135\ b_1 + b_2$

$0{,}137 = 0{,}135\ (0{,}274) + b_2$

$0{,}137 = 0{,}037 + b_2$

$b_2 = 0{,}137 - 0{,}0372$

$b_2 = 0{,}0998 / 0{,}100$

7. Substitusi nilai b_1 dan b_2 kedalam persamaan (vi) untuk mencari nilai b_z

$0{,}34 = 0{,}48\ (0{,}274) + 0{,}4923\ (0{,}0998) + b_Z$

$0{,}34 = 0{,}132 + 0{,}049 + b_Z$

$0{,}34 = 0{,}181 + b_Z$

$b_Z = 0{,}34 - 0{,}181$

$b_Z = 0{,}159$

Maka persamaan regresi yang terbentuk pada sub struktur 2 adalah sebagai berikut :

$\mathbf{Y = -4{,}072 + 0{,}275\ X_1 + 0{,}100\ X_2 + 0{,}158\ Z}$

Keterangan :

Dipindai dengan CamScanner

Y : Kinerja Tenaga Penjualan

X_1 : *Technical Sales Skill*

X_2 : *Non Technical Sales Skill*

Z : Kepercayaan Konsumen

Berdasarkan model regresi tersebut, menunjukkan bahwa pengaruh variabel *techncical sales skill*, *non technical sales skill* dan kepercayaan konsumen berpengaruh positif terhadap kinerja tenaga penjualan.

c) Metode perhitungan untuk mencari b_{x1}, *dan* b_{x2}, untuk regresi struktur 1

$$b_1 = \frac{(\Sigma X_2{}^2)(\Sigma X_1 Y) - (\Sigma X_1 X_2)(\Sigma X_2 Y)}{(\Sigma X_1{}^2)(\Sigma X_2{}^2) - (\Sigma X_1 X_2)^2}$$

$$b_1 = \frac{(3948)(1171) - (1081)(901)}{(3132)(3948) - (1081)^2} \quad b_1 = \frac{4623108 - 973981}{12365136 - 1168561}$$

$$b_1 = \frac{3649127}{11196575}$$

$$b_1 = 0{,}326$$

$$b_2 = \frac{(\Sigma X_1{}^2)(\Sigma X_2 Y) - (\Sigma X_1 X_2)(\Sigma X_1 Y)}{(\Sigma X_1{}^2)(\Sigma X_2{}^2) - (\Sigma X_1 X_2)^2}$$

$$b_2 = \frac{(3132)(901) - (1081)(1171)}{(3132)(3948) - (1081)^2}$$

$$b_2 = \frac{2821932 - 1265851}{12365136 - 1168561}$$

$$b_2 = \frac{1556081}{11196575}$$

$$b_2 = 0{,}247$$

$$a = \left(\frac{\Sigma Y}{n}\right) - b1\left(\frac{\Sigma X_1}{n}\right) - b2\left(\frac{\Sigma X_2}{n}\right)$$

$$a = \left(\frac{2045}{96}\right) - 0{,}326\left(\frac{4789}{96}\right) - 0{,}247\left(\frac{6205}{96}\right)$$

Dipindai dengan CamScanner

$$a = 0{,}846$$

Maka persamaan regresi yang terbentuk pada sub struktur 1 adalah sebagai berikut :

Z= 0,846 + 0,326X1+0,247X2

Keterangan :

X_1 : *Technical Sales Skill*

X_2 : *Non Technical Sales Skill*

Z : Kepercayaan Konsumen

V.6 Uji Koefisien Determinasi (Uji R2)

Koefisien determinasi menyatakan proporsi variasi keseluruhan dalam nilai variabel terikat yang dapat diterangkan atau diakibatkan oleh hubungan linear dengan variabel bebas. Dalam penelitian ini, koefisien determinasi menunjukkan seberapa besar kontribusi yang diberikan oleh *technical sales skill*, *non technical sales skill* dan kepercayaan konsumen terhadap kinerja tenaga penjualan. Dengan menggunakan rumus "R^2 x *100*" maka berdasarkan pada hasil perhitungan korelasi sederhana dan berganda di atas dapat disimpulkan bahwa :

- *Technical sales skill* dan kinerja tenaga penjualan memiliki korelasi sebesar 0,617 sehingaa dapat dikatakan *technical sales skill* dan kinerja tenaga penjualan memiliki hubungan positif yang kuat. Bila X_1 meningkat, maka variabel Y juga akan meningkat. Sedangkan kontribusi yang diberikan oleh variabel X_1 terhadap variabel Y adalah $(0{,}617)^2$ x 100 = 38,1 %.
- *Non technical sales skill* dan kinerja tenaga penjualan memiliki korelasi sebesar 0,422 sehingga dapat dikatakan *non technical sales skill* dan kinerja tenaga penjualan memiliki hubungan positif yang sedang. Bila X_2 meningkat, maka variabel Y juga akan meningkat. Kontribusi yang diberikan oleh variabel X_2 terhadap variabel Y adalah $(0{,}422)^2$ x 100 = 17,81%.
- Kepercayaan konsumen dan kinerja tenaga penjualan memiliki korelasi

Dipindai dengan CamScanner

sebesar 0,518 sehingga dapat dikatakan kepercayaan konsumen dan kinerja tenaga penjualan memiliki hubungan positif yang sedang. Bila Z meningkat, maka variabel Y juga akan meningkat. Kontribusi yang diberikan oleh variabel Z terhadap variabel Y adalah $(0,518)^2 \times 100 = 26,8\%$.

Seluruh variabel bebas yang terdiri atas *technical sales skill, non technical sales skill* dan kepercayan konsumen terhadap kinerja tenaga penjualan secara simultan memiliki korelasi sebesar 0,695 sehingga dapat dikatakan seluruh variabel bebas dalam penelitian ini memiliki hubungan yang positif dan kuat terhadap variabel terikatnya. Artinya bila X_1, X_2, Z meningkat, maka variabel Y juga akan meningkat. Kontribusi yang diberikan oleh variabel X_1, X_2, Z terhadap variabel Y adalah $(0,695)^2 \times 100 = 48,3$ % , sedangkan sisanya sebesar 51,7% dipengaruhi oleh faktor – faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

V.7 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian dilakukan untuk membuktikan hipotesis yang telah diajukan apakah *technical sales skill,non technical sales skill,* dan kepercayaan konsumen berpengaruh terhadap kinerja tenaga penjualan di PT Suzuki Indomobil Sales secara langsung maupun simultan.

V.7.1 Uji T pada sub struktur 1

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Dalam hal ini berarti untuk menguji apakah *technical sales skill* dan *non technical sales skill* berpengaruh secara langsung atau tidak terhadap kepercayaan konsumen di PT Suzuki Indomobil Sales. Penjelasan mengenai tahapan perhitungan uji t untuk masing – masing variabel adalah sebagai berikut:

a. Membuat hipotesis dalam bentuk uraian kalimat

❖ *Technical sales skill* (X_1) terhadap Kepercayaan Konsumen (Z)

Hipotesis yang diuji dalam uji t variabel X_1 adalah,

Ho : *Technical sales skill* tidak berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap kepercayaan konsumen PT SIS.

Dipindai dengan CamScanner

Ha : *Technical sales skill* berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap kepercayaan konsumen PT SIS.

❖ *Non Technical sales skill* (X_2) terhadap Kepercayaan Konsumen (Z) Hipotesis yang diuji dalam uji t variabel X_1 adalah,

Ho : *Non Technical sales skill* tidak berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap kepercayaan konsumen PT SIS.

Ha : *Non Technical sales skill* berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap kepercayaan konsumen PT SIS.

b. Membuat hipotesis dalam bentuk model statistik

➢ Ho : $\beta_{j1} = 0$ Ha : $\beta j_1 \neq 0$

➢ Ho : $\beta_{j2} = 0$ Ha : $\beta_{j2} \neq 0$

c. Menentukan taraf signifikan α. Dalam penelitian kali ini digunakan nilai α sebesar 5%

d. Kaidah pengujian

Kesimpulan uji t didapat dengan cara membandingkan antara t_{hitung} dan t_{tabel}. Jika :

➢ $t_{hitung} > t_{tabel}$ (1,98609) , maka Ha diterima dan Ho ditolak

➢ $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$ (1,98609), maka Ha ditolak dan Ho diterima

e. Menghitung t_{hitung} dan t_{tabel}

❖ T.Hitung

Perhitungan Varians :

$$S^2_{X_1X_2} = \frac{\sum y^2 - \{(b_1(\sum x_1 y) + (b_2(\sum x_2 y)\}}{n - m - 1}$$

$$S^2_{X_1X_2} = \frac{1152 - \{(0,326(1171) + (0,247(901)\})}{96 - 2 - 1}$$

$$S^2_{X_1X_2} = \frac{547,707}{93}$$

$$S^2_{X_1X_2} = 5,889$$

Perhitungan Standar Deviasi Regresi Ganda

Dipindai dengan CamScanner

$$S_{X_1X_2} = \sqrt{S^2_{X_1X_2}}$$

$$S_{X_1X_2} = \sqrt{5,889}$$

$$S_{X_1X_2} = 2,43$$

Perhitungan Standar Error

$$Sb_1 = \frac{S_{X_1X_2}}{\sqrt{\Sigma X_1^2 - n(\Sigma \bar{X}_1^2).(1-(r_{X_1X_2})^2)}}$$

$$Sb_1 = \frac{2,43}{\sqrt{242033 - 96(49,885^2).(1-(0,307)^2)}}$$

$$Sb_1 = \frac{2,43}{53,29}$$

$$Sb_1 = 0,0862$$

$$Sb_2 = \frac{S_{X_1X_2}}{\sqrt{\Sigma X_2^2 - n(\Sigma \bar{X}_2^2).(1-(r_{X_1X_2})^2)}}$$

$$Sb_2 = \frac{2,43}{\sqrt{405011 - 96(64,635^2).(1-(0,307)^2)}}$$

$$Sb_2 = 0,077$$

t_{hitung} untuk b_1

$$t_1 = \frac{b_1}{Sb_1}$$

$$t_1 = \frac{0,326}{0,086}$$

$$= 3,784$$

t_{hitung} untuk b_2

$$t_2 = \frac{b_2}{Sb_2}$$

Dipindai dengan CamScanner

$$t_z = \frac{0,247}{0,077}$$

$$= 3,229$$

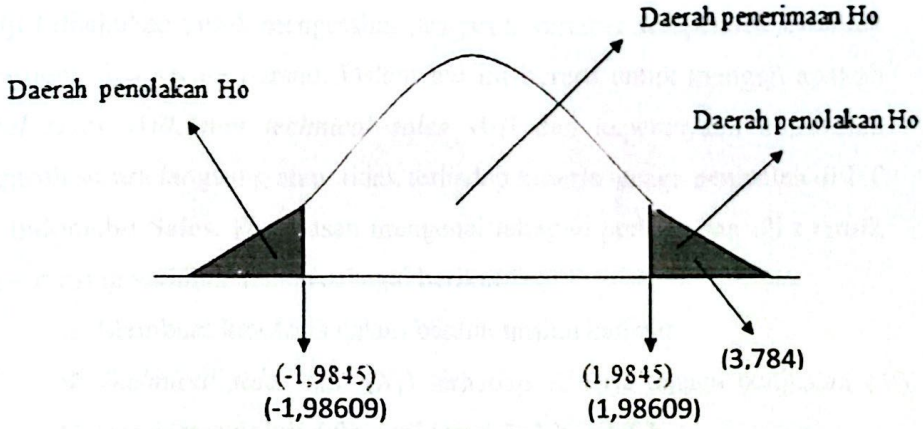
❖ Menentukan nilai t-tabel

Untuk α sebesar 5% dan dk = n- k – 1 = 96 – 3 – 1 = 92, didapatkan nilai t tabel sebesar 1,98609

f. Kesimpulan Uji T

❖ *Technical Sales Skill* (X1) terhadap Kepercayaan Konsumen (Z)

Hasil statistik uji t untuk variabel *technical sales skill* diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3,784 dan t_{tabel} sebesar 1,98609. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka Ho ditolak dan Ha diterima atau hipotesis yang menyatakan "*technical sales skill berpengaruh secara parsial terhadap kepercayaan konsumen di PT Suzuki Indomobil Sales*" **terbukti.**



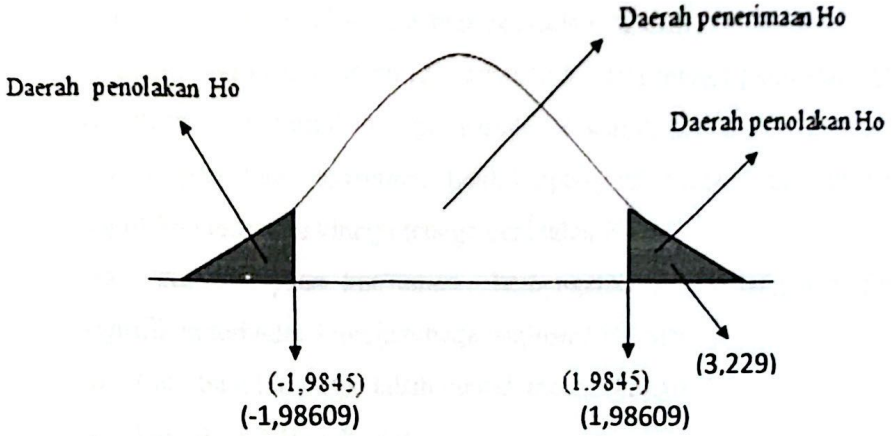
Gambar V.1 Diagram Uji t *Technical Sales Skill* terhadap Kepercayaan Konsumen

❖ *Non Technical Sales Skill* (X2) terhadap Kepercayaan Konsumen (Z)

Hasil statistik uji t untuk variabel *non technical sales skill* diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3,229 dan t_{tabel} sebesar 1,98609. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka Ho ditolak dan Ha diterima atau hipotesis yang

Dipindai dengan CamScanner

menyatakan "*non technical sales skill berpengaruh secara parsial terhadap kepercayaan konsumen di PT Suzuki Indomobil Sales*" **terbukti.**



Gambar V.2 Diagram Uji t *Non Technical Sales Skill* terhadap Kepercayaan Konsumen

V.7.2 Uji T pada sub struktur 2

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Dalam hal ini berarti untuk menguji apakah *technical sales skill, non technical sales skill* dan kepercayaan konsumen berpengaruh secara langsung atau tidak terhadap kinerja tenaga penjualan di PT Suzuki Indomobil Sales. Penjelasan mengenai tahapan perhitungan uji t untuk masing – masing variabel adalah sebagai berikut:

a. Membuat hipotesis dalam bentuk uraian kalimat

❖ *Technical sales skill* (X_1) terhadap Kinerja tenaga penjualan (Y) Hipotesis yang diuji dalam uji t variabel X_1 adalah,

Ho : *Technical sales skill* tidak berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap kinerja tenaga penjualan PT SIS.

Ha : *Technical sales skill* berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap kinerja tenaga penjualan PT SIS.

❖ *Non Technical sales skill* (X_2) terhadap Kinerja tenaga penjualan (Y) Hipotesis yang diuji dalam uji t variabel X_2 adalah,

Dipindai dengan CamScanner

Ho : *Non Technical sales skill* tidak berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap kinerja tenaga penjualan PT SIS.

Ha : *Non Technical sales skill* berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap kinerja tenaga penjualan PT SIS.

❖ Kepercayaan konsumen (Z) terhadap Kinerja tenaga penjualan (Y)

Hipotesis yang diuji dalam uji t variabel Z adalah,

Ho : Kepercayaan konsumen tidak berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap kinerja tenaga penjualan PT SIS.

Ha : Kepercaayaan konsumen berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap kinerja tenaga penjualan PT SIS.

b. Membuat hipotesis dalam bentuk model statistik

- Ho : $\beta_{j3} = 0$ Ha : $\beta j_3 \neq 0$
- Ho : $\beta_{j4} = 0$ Ha : $\beta_{j4} \neq 0$
- Ho : $\beta_{j5} = 0$ Ha : $\beta_{j5} \neq 0$

c. Menentukan taraf signifikan α. Dalam penelitian kali ini digunakan nilai α sebesar 5%

d. Kaidah pengujian

Kesimpulan uji t didapat dengan cara membandingkan antara t_{hitung} dan t_{tabel}. Jika :

➢ $t_{hitung} > t_{tabel}$ (1,98609) , maka Ha diterima dan Ho ditolak

➢ $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$ (1,98609), maka Ha ditolak dan Ho diterima

e. Menghitung t_{hitung} dan t_{tabel}

❖ Membuat tabel penolong

Berdasarkan pada persamaan regresi yang telah dirumuskan sebelumnya $\hat{Y} = 0{,}846 + 0{,}326\ X_1 + 0{,}247\ X_2$, maka selanjutnya akan dicari angka – angka yang diperlukan dalam perhitungan uji t sebagai berikut:

Dipindai dengan CamScanner

NO	X1	X2	Z	Y	$\hat{Y}_i$	$(Y-\hat{Y}_i)^2$	$(X_1-\bar{X})^2$	$(X_2-\bar{X})^2$	$(Z-\bar{Z})^2$
1	45	77	39	24	21,535	6,076225	23,867	152,8829	1929,589
2	55	66	28	20	21,447	2,093809	26,159	1,862088	1084,193
3	51	63	34	24	20,995	9,030025	1,242	2,674588	895,6303
4	46	71	37	23	20,894	4,435236	15,096	40,50792	1438,464
5	49	73	36	22	21,761	0,057121	0,784	69,96625	1594,172
6	47	67	36	14	20,611	43,70532	8,326	5,591254	1151,047
7	52	68	35	23	21,928	1,149184	4,471	11,32042	1219,901
8	48	60	27	18	18,764	0,583696	3,555	21,48709	725,0678
9	43	68	39	20	20,085	0,007225	47,409	11,32042	1219,901
10	53	59	34	24	21,145	8,151025	9,701	31,75792	672,2137
11	45	55	29	21	17,755	10,53003	23,867	92,84125	480,797
12	48	60	32	21	19,554	2,090916	3,555	21,48709	725,0678
13	51	44	33	20	18,937	1,129969	1,242	425,8204	119,4012
14	37	54	26	12	14,981	8,886361	166,034	113,1121	437,9428
15	55	65	28	18	21,347	11,20241	26,159	0,132921	1019,339
16	37	47	21	15	13,491	2,277081	166,034	311,0079	193,9637
17	47	61	31	22	19,221	7,722841	8,326	13,21625	779,922
18	49	70	33	21	20,987	0,000169	0,784	28,77875	1363,609
19	40	59	22	18	15,674	5,410276	97,721	31,75792	672,2137
20	46	59	29	19	18,43	0,3249	15,096	31,75792	672,2137
21	56	63	42	24	23,634	0,133956	37,388	2,674588	895,6303
22	55	69	39	26	23,485	6,325225	26,159	19,04959	1290,755
23	47	63	32	20	19,579	0,177241	8,326	2,674588	895,6303

Dipindai dengan CamScanner

24	54	70	34	26	22,52	12,1104	16,930	28,77875	1363,609
25	48	60	34	23	19,87	9,7969	3,555	21,48709	725,0678
26	54	69	37	19	22,894	15,16324	16,930	19,04959	1290,755
27	57	70	36	28	23,661	18,82692	50,617	28,77875	1363,609
28	56	55	34	25	21,57	11,7649	37,388	92,84125	480,797
29	49	60	23	17	18,407	1,979649	0,784	21,48709	725,0678
30	60	71	40	27	25,218	3,175524	102,305	40,50792	1438,464
31	57	65	42	18	24,109	37,31988	50,617	0,132921	1019,339
32	42	57	34	22	17,92	16,6464	62,180	58,29959	572,5053
33	48	70	40	22	21,818	0,033124	3,555	28,77875	1363,609
34	59	69	34	25	23,795	1,452025	83,076	19,04959	1290,755
35	42	57	30	21	17,288	13,77894	62,180	58,29959	572,5053
36	52	68	32	22	21,454	0,298116	4,471	11,32042	1219,901
37	53	75	37	26	23,219	7,733961	9,701	107,4246	1757,88
38	53	77	40	26	23,893	4,439449	9,701	152,8829	1929,589
39	56	76	40	26	24,618	1,909924	37,388	129,1538	1842,734
40	57	68	31	22	22,671	0,450241	50,617	11,32042	1219,901
41	45	57	31	16	18,271	5,157441	23,867	58,29959	572,5053
42	63	62	42	30	25,459	20,62068	171,992	6,945421	836,7762
43	60	69	41	23	25,176	4,734976	102,305	19,04959	1290,755
44	51	66	26	22	20,031	3,876961	1,242	1,862088	1084,193
45	51	74	31	25	21,621	11,41764	1,242	87,69542	1675,026
46	58	74	39	27	24,81	4,7961	65,846	87,69542	1675,026
47	45	63	29	16	18,555	6,528025	23,867	2,674588	895.6303
48	51	64	37	19	21,569	6,599761	1,242	0,403754	956,4845
49	52	60	30	19	20,338	1,790244	4,471	21,48709	725,0678

Dipindai dengan CamScanner

50	44	58	36	21	18,886	4,468996	34,638	44,02875	621,3595
51	49	68	36	23	21,261	3,024121	0,784	11,32042	1219,901
52	63	74	38	27	26,027	0,946729	171,992	87,69542	1675,026
53	48	56	31	21	18,996	4,016016	3,555	74,57042	525,6512
54	57	72	43	28	24,967	9,199089	50,617	54,23709	1515,318
55	39	71	33	17	18,337	1,787569	118,492	40,50792	1438,464
56	49	58	38	20	20,577	0,332929	0,784	44,02875	621,3595
57	47	68	29	20	19,605	0,156025	8,326	11,32042	1219,901
58	46	68	34	19	20,12	1,2544	15,096	11,32042	1219,901
59	51	59	34	20	20,595	0,354025	1,242	31,75792	672,2137
60	54	63	31	22	21,346	0,427716	16,930	2,674588	895,6303
61	47	67	25	16	18,873	8,254129	8,326	5,591254	1151,047
62	54	58	27	19	20,214	1,473796	16,930	44,02875	621,3595
63	47	59	27	19	18,389	0,373321	8,326	31,75792	672,2137
64	44	59	31	20	18,196	3,254416	34,638	31,75792	672,2137
65	53	63	36	26	21,861	17,13132	9,701	2,674588	895,6303
66	49	65	32	21	20,329	0,450241	0,784	0,132921	1019,339
67	46	67	34	20	20,02	0,0004	15,096	5,591254	1151,047
68	49	58	31	21	19,471	2,337841	0,784	44,02875	621,3595
69	55	64	32	23	21,879	1,256641	26,159	0,403754	956,4845
70	36	53	24	18	14,29	13,7641	192,805	135,3829	397,0887
71	54	62	30	21	21,088	0,007744	16,930	6,945421	836,7762
72	48	63	22	18	18,274	0,075076	3,555	2,674588	895,6303
73	56	66	32	19	22,354	11,24932	37,388	1,862088	1084,193
74	58	71	41	28	24,826	10,07428	65,846	40,50792	1438,464
75	62	69	37	25	25,094	0,008836	146,763	19,04959	1290,755

Dipindai dengan CamScanner

76	50	66	27	17	19,914	8,491396	0,013	1,862088	1084,193
77	48	76	27	20	20,364	0,132496	3,555	129,1538	1842,734
78	44	70	31	20	19,296	0,495616	34,638	28,77875	1363,609
79	44	73	36	19	20,386	1,920996	34,638	69,96625	1594,172
80	45	60	32	20	18,729	1,615441	23,867	21,48709	725,0678
81	49	72	34	22	21,345	0,429025	0,784	54,23709	1515,318
82	47	64	31	16	19,521	12,39744	8,326	0,403754	956,4845
83	46	59	32	19	18,904	0,009216	15,096	31,75792	672,2137
84	52	55	24	19	18,89	0,0121	4,471	92,84125	480,797
85	40	69	30	20	17,938	4,251844	97,721	19,04959	1290,755
86	46	72	22	26	18,624	54,40538	15,096	54,23709	1515,318
87	46	67	32	21	19,704	1,679616	15,096	5,591254	1151,047
88	46	68	41	20	21,226	1,503076	15,096	11,32042	1219,901
89	43	66	37	21	19,569	2,047761	47,409	1,862088	1084,193
90	57	57	36	23	22,361	0,408321	50,617	58,29959	572,5053
91	52	67	34	18	21,67	13,4689	4,471	5,591254	1151,047
92	52	65	23	21	19,732	1,607824	4,471	0,132921	1019,339
93	53	61	40	18	22,293	18,42985	9,701	13,21625	779,922
94	46	65	42	19	21,084	4,343056	15,096	0,132921	1019,339
95	52	64	34	28	21,37	43,9569	4,471	0,403754	956,4845
96	51	63	40	25	21,943	9,345249	1,242	2,674588	895,6303
Σ	4789	6205	3175	2045	1987,733	630,5322	3131,740	3948,24	99582,61
Mean	49,88542	64,63542	33,07292	21,30208	20,70555	6,568044	32,622287	41,1275	1037,319

Sumber : Data Primer Diolah

Tabel V.21 Tabel Penolong Uji T

Dipindai dengan CamScanner

❖ Menentukan varian *error*

$$s^2_{x12zy} = \frac{\Sigma(Y - \hat{Y}i)^2}{(n-k-1)}$$

$$s^2_{x12zy} = \frac{630{,}5322}{(96-3-1)}$$

$$s^2_{x12zy} = 6{,}854$$

❖ Menentukan koefisien korelasi antara variabel X1 dengan variabel bebas lainnya

a. Korelasi antara X1 dengan X2 dan Z

$$R_{12z} = \sqrt{\frac{r_{12}{}^2 + r_{1z}{}^2 - 2.r_{12}.r_{1z}.r_{2z}}{1 - r_{2z}{}^2}}$$

$$R_{12z} = \sqrt{\frac{0{,}307^2 + 0{,}443^2 - (2.0{,}307.0{,}443.0{,}407)}{1 - (0{,}407)^2}}$$

$$R_{12z} = 0{,}464$$

b. Korelasi antara X2 dengan X1 dan Z

$$R_{21z} = \sqrt{\frac{r_{21}{}^2 + r_{2z}{}^2 - 2.r_{12}.r_{1z}.r_{2z}}{1 - r_{1z}{}^2}}$$

$$R_{21z} = \sqrt{\frac{0{,}307^2 + 0{,}407^2 - (2.0{,}307.0{,}443.0{,}407)}{1 - (0{,}443)^2}}$$

$$R_{21z} = 0{,}431$$

Dipindai dengan CamScanner

c. Korelasi antara Z dengan X1 dan X2

$$R_{z12} = \sqrt{\frac{r_{z1}{}^2 + r_{z2}{}^2 - 2.r_{12}.r_{1z}.r_{2z}}{1 - r_{12}{}^2}}$$

$$R_{z12} = \sqrt{\frac{0{,}443^2 + 0{,}407^2 - (2.0{,}307.0{,}443.0{,}407)}{1 - (0{,}307)^2}}$$

$$R_{z12} = 0{,}277$$

❖ Menentukan simpangan baku masing-masing koefisien regresi

a. Simpangan baku koefisien regresi b_1

$$Sb_1 = \sqrt{\frac{S_e{}^2}{(\Sigma(\mathbf{X1} - \bar{\mathbf{X}})^2)(1 - R^2_{1.2z})}}$$

$$Sb_1 = \sqrt{\frac{6{,}854}{(3131{,}740)(1 - (0{,}464)^2)}}$$

$$Sb_1 = 0{,}051$$

b. Simpangan baku koefisien regresi b_2

$$Sb_2 = \sqrt{\frac{S_e{}^2}{(\Sigma(\mathbf{X2} - \bar{\mathbf{X}})^2)(1 - R^2_{2.1z})}}$$

$$Sb_2 = \sqrt{\frac{6{,}854}{(3948{,}24)(1 - (0{,}431)^2)}}$$

$$Sb_2 = 0{,}045$$

c. Simpangan baku koefisien regresi b_Z

$$Sb_Z = \sqrt{\frac{S_e{}^2}{(\Sigma(\mathbf{Z} - \bar{\mathbf{Z}})^2)(1 - R^2_{2.1z})}}$$

Dipindai dengan CamScanner

$$Sb_z = \sqrt{\frac{6{,}854}{(99582{,}61)(1-(0{,}277)^2)}}$$

$$Sb_z = 0{,}058$$

❖ Menentukan nilai t hitung

a. t_{hitung} untuk b_1

$$t1 = \frac{b_1}{Sb_1}$$

$$t1 = \frac{0{,}275}{0{,}053}$$

$$t1 = 5{,}346$$

b. t_{hitung} untuk b_2

$$t2 = \frac{b_2}{Sb_2}$$

$$t2 = \frac{0{,}100}{0{,}046}$$

$$t2 = 2{,}219$$

c. t_{hitung} untuk b_z

$$tz = \frac{b_z}{Sb_z}$$

$$tz = \frac{0{,}158}{0{,}0058}$$

$$tz = 2{,}746$$

❖ Menentukan nilai t-tabel

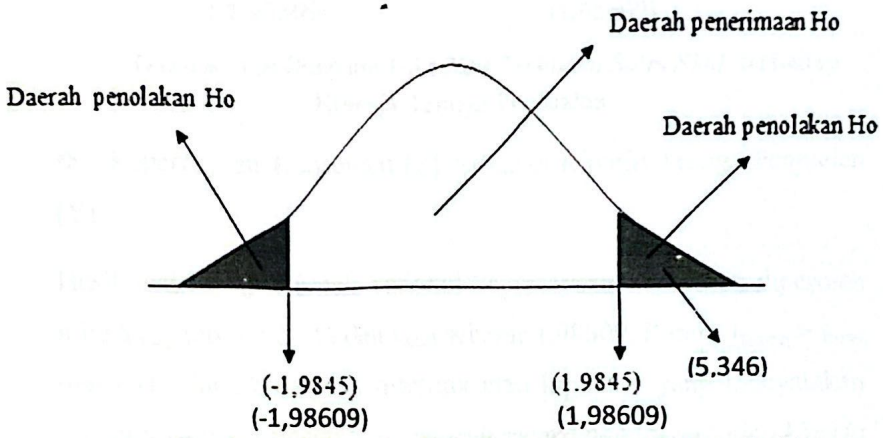
Untuk α sebesar 5% dan dk = n- k – 1 = 96 – 3 – 1 = 92, didapatkan nilai t tabel sebesar 1,98609

Dipindai dengan CamScanner

f. Kesimpulan uji t

❖ *Technical Sales Skill* (X1) terhadap Kinerja Tenaga Penjualan (Y)

Hasil statistik uji t untuk variabel *technical sales skill* diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 5,346 dan t_{tabel} sebesar 1,98609. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka Ho ditolak dan Ha diterima atau hipotesis yang menyatakan "*technical sales skill berpengaruh secara parsial terhadap kinerja tenaga penjualan di PT Suzuki Indomobil Sales*" **terbukti.**

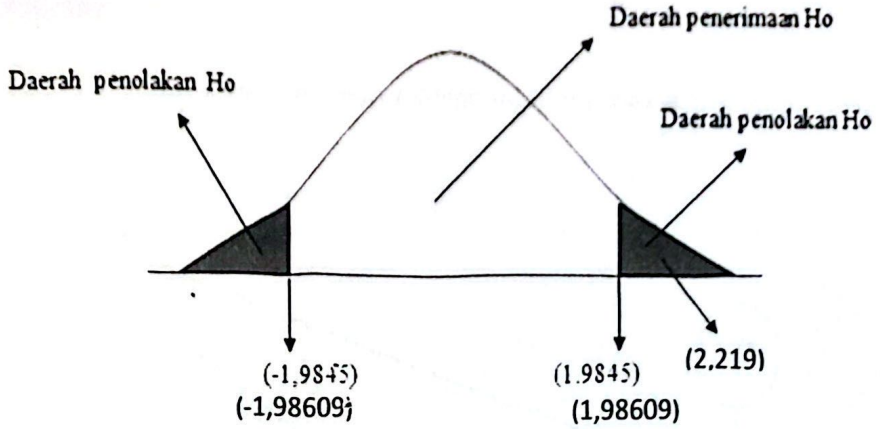


Gambar V.3 Diagram Uji t *Technical Sales Skill* terhadap Kinerja Tenaga Penjualan

❖ *Non Technical Sales Skill* (X2) terhadap Kinerja Tenaga Penjualan (Y)

Hasil statistik uji t untuk variabel *non technical sales skill* diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,219 dan t_{tabel} sebesar 1,98609. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka Ho ditolak dan Ha diterima atau hipotesis yang menyatakan "*non technical sales skill berpengaruh secara parsial terhadap kinerja tenaga penjualan di PT Suzuki Indomobil Sales*" **terbukti.**

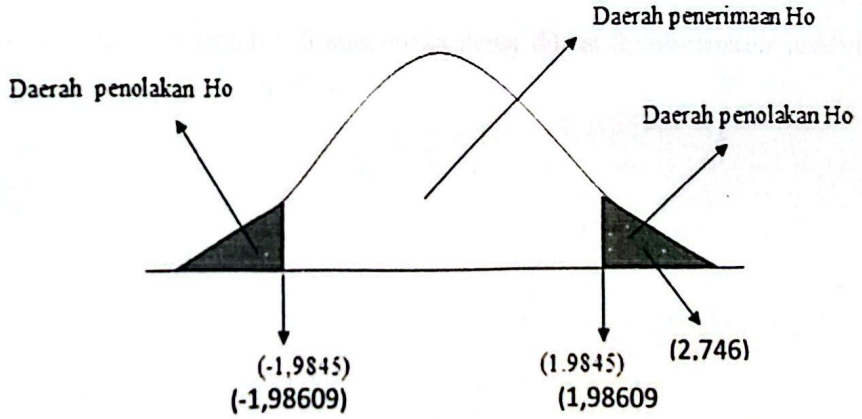
Dipindai dengan CamScanner



Gambar V.4 Diagram Uji t *Non Technical Sales Skill* terhadap Kinerja Tenaga Penjualan

❖ Kepercayaan Konsumen (Z) terhadap Kinerja Tenaga Penjualan (Y)

Hasil statistik uji t untuk variabel kepercayaan konsumen diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,746 dan t_{tabel} sebesar 1,98609. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka Ho ditolak dan Ha diterima atau hipotesis yang menyatakan "*kepercayaan konsumen berpengaruh secara parsial terhadap kinerja tenaga penjualan di PT Suzuki Indomobil Sales*" **terbukti.**

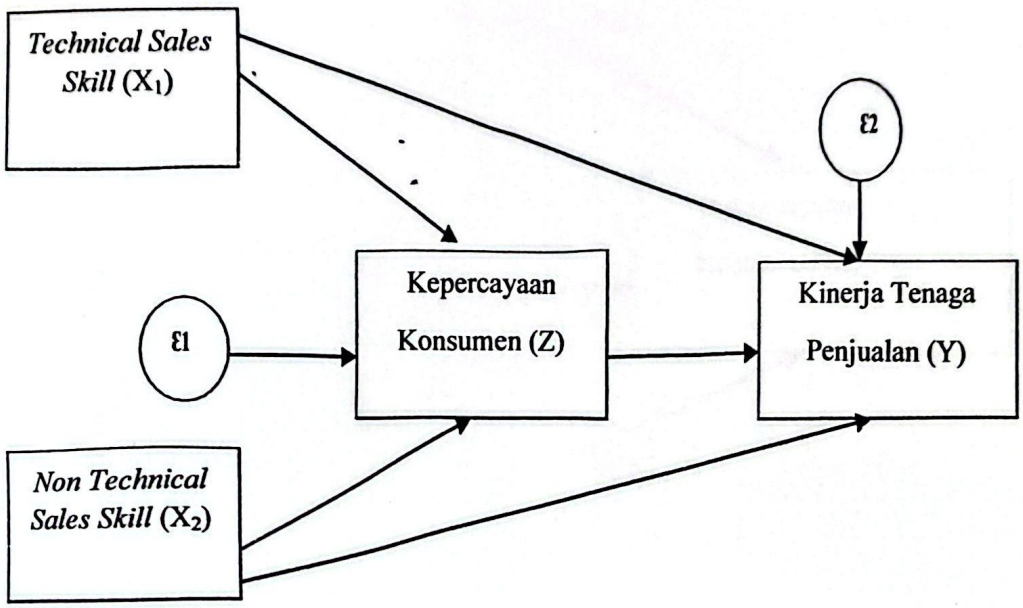


Gambar V.5 Diagram Uji t Kepercayaan Konsumen terhadap Kinerja Tenaga Penjualan

Dipindai dengan CamScanner

V.8 *Path Analysis*

Kerangka hubungan antara jalur dapat dibuat melalui persamaan struktur sebagai berikut :

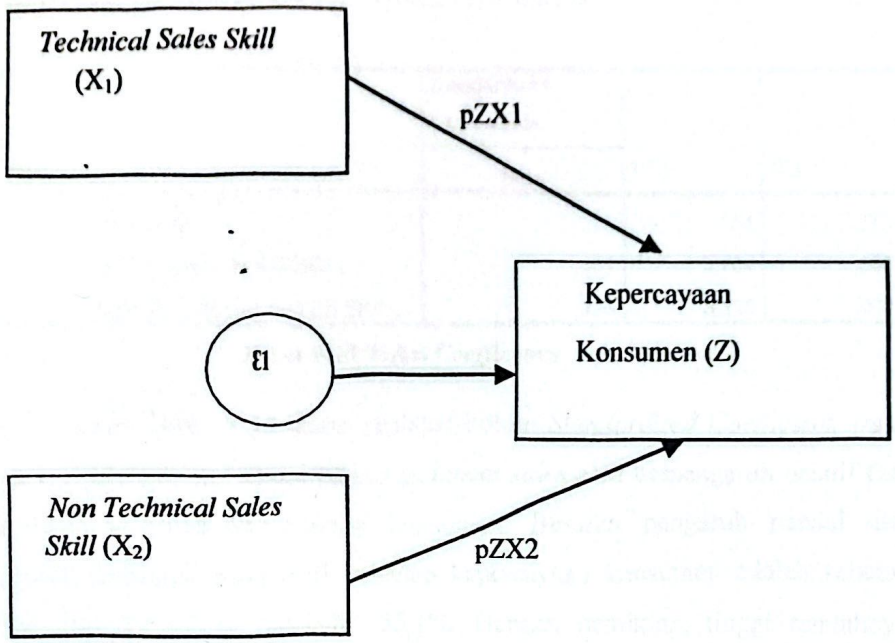


Gambar V.6 Diagram Jalur Hubungan Struktur X1, X2 dan Z terhadap Y

Dilihat dari diagram struktur di atas, maka dapat dibuat 2 sub-struktur analisis jalur dengan perhitungan sebagai berikut :

Dipindai dengan CamScanner

- **Sub-Struktur 1 dengan persamaan strukturalnya adalah $Z = \rho ZX_1 + \rho ZX_2 + \varepsilon_1$**



Gambar V.8 Diagram Jalur Hubungan Struktur X1 dan X2 terhadap Z

Berdasarkan hasil pengolahan data untuk model sub-struktural 1 koefisien analisis jalur (*Path Coefficients*), hasil output *software* SPSS versi 22 adalah sebagai berikut :

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,526[a]	,277	,261	4,58021

a. Predictors: (Constant), NON TECHNICAL SALES SKILL, TECHNICAL SALES SKILL

Tabel V.12 Tabel *Summary* Sub-Struktur 1

Besarnya nilai R Square yang terdapat pada tabel V.12 "Model Summary" adalah sebesar 0,277, hal ini menujukkan bahwa sumbangan pengaruh *Technical Sales Skill* dan *Non Technical Sales Skill* terhadap Kepercayaan Konsumen adalah

Dipindai dengan CamScanner

sebesar 27,7% sementara sisanya 72,3% merupakan kontribusi dari variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian. Sementara itu untuk nilai e1 dapat dicari dengan rumus e1 = √(1-0,277) = 0,8502

Model		Standardized Coefficients	t	Sig.
		Beta		
1	(Constant)		,154	,878
	TECHNICAL SALES SKILL	,351	3,784	,000
	NON TECHNICAL SALES SKILL	,299	3,229	,002

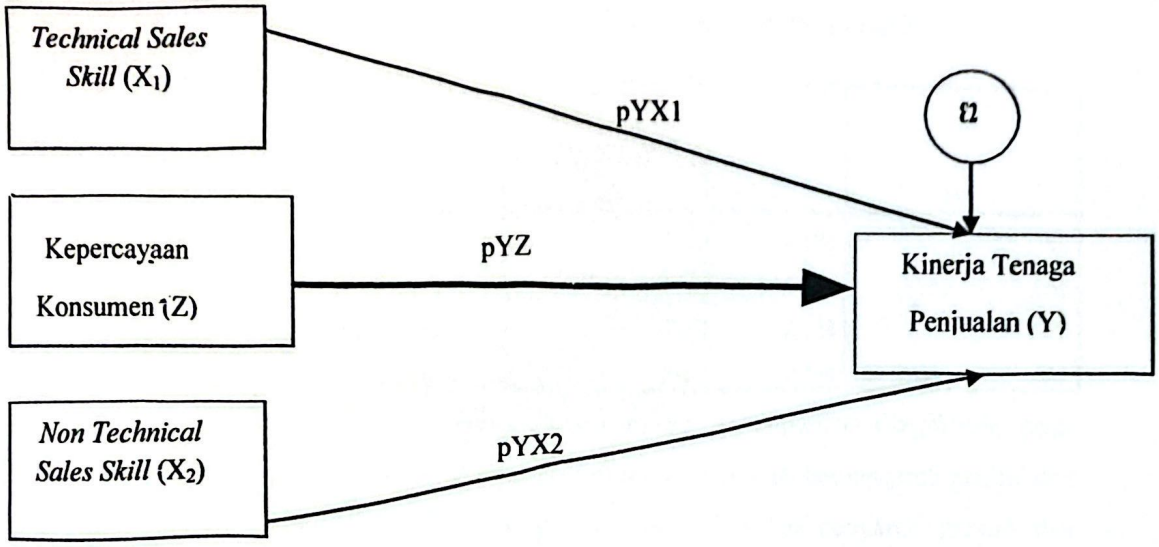
Tabel V.13 Tabel *Coefficients* Sub-Struktur 1

Pada Tabel V.13 diatas terdapat kolom *Standardized Coefficient,* pada kolom tersebut dilihat secara parsial *technical sales skill* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan konsumen. Besaran pengaruh parsial dan langsung *technical sales skill* terhadap kepercayaan konsumen adalah sebesar 0,351 atau dibulatkan menjadi 35,1%. Dengan demikian, tinggi rendahnya kepercayaan konsumen dipengaruhi oleh *technical sales skill* sebesar 35,1%, sedangkan sisanya 64,9% dijelaskan faktor lain diluar model.

Secara parsial *non technical sales skill* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan konsumen. Besaran pengaruh parsial dan langsung *non technical sales skill* terhadap kepercayaan konsumen adalah sebesar 0,299 atau dibulatkan menjadi 29,9%. Dengan demikian, tinggi rendahnya kepercayaan konsumen dipengaruhi oleh *non technical sales skill* sebesar 29,9%, sedangkan sisanya 70,1% dijelaskan faktor lain diluar model.

Dipindai dengan CamScanner

- **Sub-Struktur 2 dengan persamaan strukturalnya adalah $Y = \rho yX_1 + \rho yX_2 + \rho yZ + \varepsilon_2$**



Gambar V.9 Diagram Jalur Hubungan Struktur X1, X2, dan Z terhadap Y

Berdasarkan hasil pengolahan data untuk model sub-struktural 2 koefisien analisis jalur (*Path Coefficients*), hasil output *software* SPSS versi 22 adalah sebagai berikut :

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,695[a]	,482	,466	2,54603

a. Predictors: (Constant), KEPERCAYAAN KONSUMEN, NON TECHNICAL SALES SKILL, TECHNICAL SALES SKILL

Tabel V.14 Tabel *Summary* Sub-Struktur 2

Besarnya nilai R Square yang terdapat pada tabel "Model Summary" adalah sebesar 0,482, hal ini menujukkan bahwa sumbangan pengaruh *Technical Sales Skill* , *Non Technical Sales Skill* dan Kepercayaan Konsumen terhadap Kinerja Tenaga Penjualan adalah sebesar 48,2% sementara sisanya 51,8% merupakan

Dipindai dengan CamScanner

kontribusi dari variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian. Sementara itu untuk nilai e2 dapat dicari dengan rumus e2 = √(1-0,482) = 0,7197.

Tabel V.15 Tabel *Coefficients* Sub-Struktur 2

Model	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
(Constant)		-1,335	,185
TECHNICAL SALES SKILL	,453	5,346	,000
NON TECHNICAL SALES SKILL	,184	2,219	,029
KEPERCAYAAN KONSUMEN	,242	2,746	,007

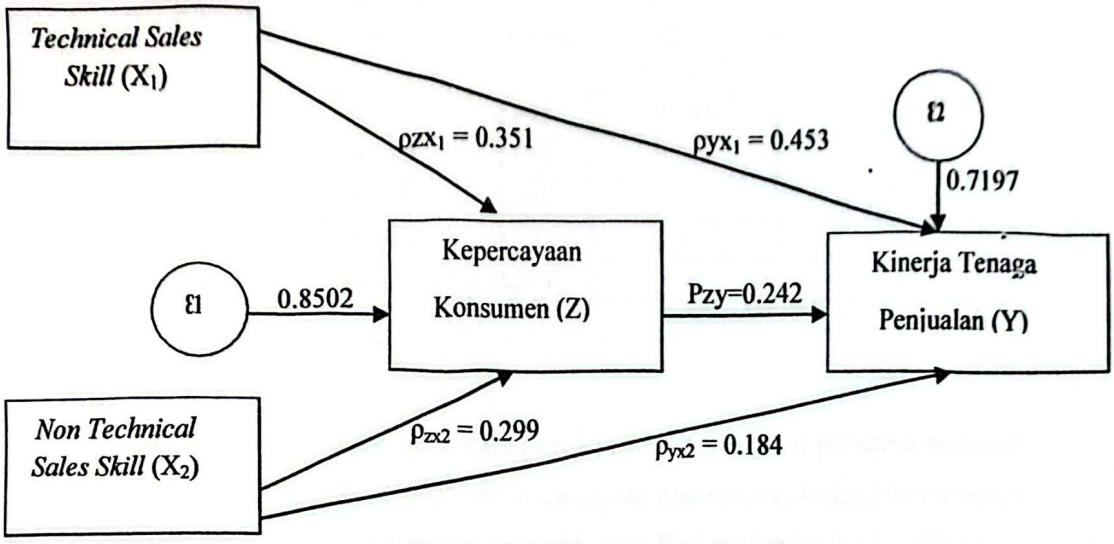
Pada Tabel V.15 diatas terdapat kolom *Standardized Coefficient,* pada kolom tersebut dilihat secara parsial *technical sales skill* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja tenaga penjualan. Besaran pengaruh parsial dan langsung *technical sales skill* terhadap kinerja tenaga pejualan adalah sebesar 0,453 atau dibulatkan menjadi 45,3%. Dengan demikian, tinggi rendahnya kinerja tenaga penjualan dipengaruhi oleh *technical sales skill* sebesar 45,3%, sedangkan sisanya 54.7% dijelaskan faktor lain diluar model.

Secara parsial *non technical sales skill* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja tenaga penjualan. Besaran pengaruh parsial dan langsung *non technical sales skill* terhadap kinerja tenaga penjualan adalah sebesar 0,184 atau dibulatkan menjadi 18,4%. Dengan demikian, tinggi rendahnya kinerja tenaga penjualan dipengaruhi oleh *non technical sales skill* sebesar 18,4%, sedangkan sisanya 81,6% dijelaskan faktor lain diluar model.

Secara parsial kepercayaan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja tenaga penjualan. Besaran pengaruh parsial dan langsung kepercayaan konsumen terhadap kinerja tenaga penjualan adalah sebesar 0,242 atau dibulatkan menjadi 24,2%. Dengan demikian, tinggi rendahnya kinerja tenaga penjualan dipengaruhi oleh kepercayaan konsumen sebesar 24,2%, sedangkan sisanya 75,8% dijelaskan faktor lain diluar model.

Dipindai dengan CamScanner

Berdasarkan hasil pengujian diatas diperoleh diagram jalur adalah sebagai berikut :



Gambar V.10 Diagram Jalur Lengkap

Hasil dari koefisien jalur pada sub-struktur 1 dan sub-struktur 2 berubah menjadi persamaan struktur yaitu :

$Z = \rho ZX_1 + \rho ZX_{2+} \varepsilon_1 = \mathbf{0,351 + 0,299 + 0,8502\varepsilon_1}$

$Y = \rho yX_1 + \rho yX_2 + \rho yZ + \varepsilon_2 = \mathbf{0,453 + 0,184 + 0,242 + 0,7197\varepsilon_2}$

Dari tabel diatas maka dapat diketahui pengaruh tidak langsung X_1 terhadap Y melalui Z sebesar (ρZX_1) x (ρZY)= (0,351) x (0,242) = 0,085 dan pengaruh tidak langsung X_2 terhadap Y melalui Z sebesar (ρZX_2) x (ρZY) = (0,299) x (0,242) = 0,072.

Dipindai dengan CamScanner

Tabel V. 16 Ringkasan Hasil Perhitungan Model

Variabel	Koefisien Jalur	Pengaruh		
		Langsung	Tidak Langsung Melalui Z	Total
X_1	0,453	0,453	0,085	0,538
X_2	0,184	0,184	0,072	0,256
Z	0,242	0,242	-	0,242
ε_1	0,8502	0,723	-	-
ε_2	0,7197	0,518	-	-

V.9 Pembahasan

Dari hasil pembahasan yang telah peneliti lakukan mengenai pengaruh *technical sales skill, non technical sales skill,* dan kepercayaan konsumen terhadap kinerja tenaga penjualan dengan menggunakan *software* SPSS versi 22 diperoleh hasil sebagai berikut:

V.9.1 Pengaruh *Technical Sales Skill* terhadap Kinerja Tenaga Penjualan

Pada hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukan bahwa *technical sales skill* (X_1) secara langsung berpengaruh signifikan terhadap kinerja tenaga penjualan. Hal ini ditunjukan dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,453 dan uji t- statistik menunjukan nilai t_{hitung} 5,346 > t_{tabel} 1,98609 dan nilai Signifikan sebesar 0,000 < 0,05 ini menunjukan bahwa *technical sales skill* berpengaruh signifikan terhadap kinerja tenaga penjualan, yang artinya Ho ditolak dan Ha diterima. Hasil ini mendukung hipotesis awal yang diajukan pada penelitian ini. Pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa *technical sales skill* dapat meningkatkan kinerja tenaga penjualan. Hal ini menunjukkan bahwa salah satu kunci agar tenaga penjual dapat memaksimalkan target penjualan dan volume penjualan adalah kemampuan *technical* nya yang diisi tentang pengetahuan tentang produk, pengetahuan tentang pesaing, dan pengetahuan tentang pasar.

Dipindai dengan CamScanner

V.9.2 Pengaruh *Non Technical Sales Skill* terhadap Kinerja Tenaga Penjualan

Pada hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukan bahwa *non technical sales skill* (X_2) secara langsung berpengaruh signifikan terhadap kinerja tenaga penjualan. Hal ini ditunjukan dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,184 dan uji t- statistik menunjukan nilai t_{hitung} 2,219 > t_{tabel} 1,98609 dan nilai Signifikan sebesar 0,029 < 0,05 ini menunjukan bahwa *non technical sales skill* berpengaruh signifikan terhadap kinerja tenaga penjualan, yang artinya Ho ditolak dan Ha diterima. Hasil ini mendukung hipotesis awal yang diajukan pada penelitian ini. Pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa *non technical sales skill* dapat meningkatkan kinerja tenaga penjualan. Hal ini menunjukkan bahwa salah satu kunci agar tenaga penjual dapat memaksimalkan target penjualan dan volume penjualan adalah kemampuan *non technical* nya yang diisi tentang kemampuan *softskill* dari mulai cara berkounikasi, bertanggungjawab, dan mampu mengerti kebutuhan konsumen secara serta memberikan pelayanan purnajual yang sesuai dengan keinginan konsumen.

V.9.3 Pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Kinerja Tenaga Penjualan

Pada hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukan bahwa Kepercayaan Konsumen (Z) secara langsung berpengaruh signifikan terhadap kinerja tenaga penjualan. Hal ini ditunjukan dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,242 dan uji t- statistik menunjukan nilai t_{hitung} 2,746 > t_{tabel} 1,98609 dan nilai Signifikan sebesar 0,007 < 0,05 ini menunjukan bahwa kepercayaan konsumen berpengaruh signifikan terhadap kinerja tenaga penjualan, yang artinya Ho ditolak dan Ha diterima. Hasil ini mendukung hipotesis awal yang diajukan pada penelitian ini. Pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa kepercayaan konsumen dapat meningkatkan kinerja tenaga penjualan. Hal ini menunjukkan bahwa salah satu kunci agar tenaga penjual mengetahui bahwa salah faktor penting dalam meningkatkan kinerja

Dipindai dengan CamScanner

tenaga penjualannya ialah memiliki kepercayaan konsumennya dan menjaga loyalitas konsumen tersebut agar tercipta kembali bentuk hubungan purnajual ataupun pembelian kembali kepada tenaga penjual tersebut.

V.9.4 Pengaruh *Technical Sales Skill* terhadap Kepercayaan Konsumen

Pada hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukan bahwa *technical sales skill* berpengaruh signifikan secara langsung terhadap kepercayaan konsumen dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,351. dan uji t-statistik menunjukan nilai t_{hitung} 3,784 > t_{tabel} 1,98609 dan nilai Signifikan sebesar 0,000 < 0,05 ini menunjukan bahwa *technical sales skill* berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan konsumen, yang artinya Ho ditolak dan Ha diterima. Hasil ini mendukung hipotesis awal yang diajukan pada penelitian ini yakni *technical sales skill* berpengaruh secara parsial positif dan signifikan terhadap kepercayaan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa *technical sales skill* yang dimiliki oleh Tenaga Penjual mendukung keputusan memilih/membeli produk oleh konsumen meskipun konsumen karena telah memiliki kepercayaan kepada tenaga penjual tersebut.

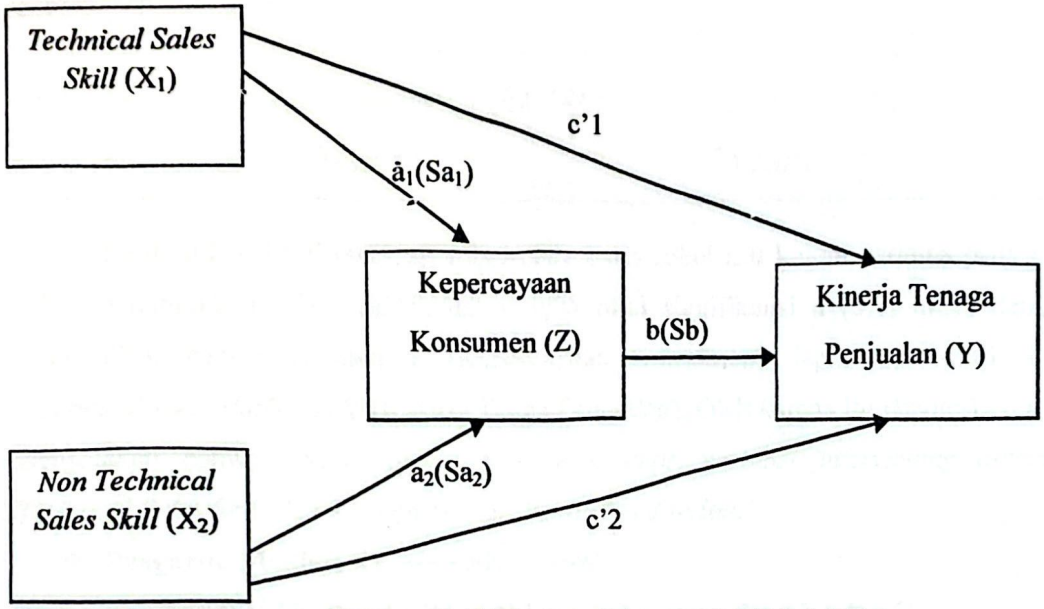
V.9.5 Pengaruh *Non Technical Sales Skill* terhadap Kepercayaan Konsumen

Pada hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukan bahwa *non technical sales skill* berpengaruh signifikan secara langsung terhadap kepercayaan konsumen dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,299. dan uji t-statistik menunjukan nilai thitung 3,229 > ttabel 1,98609 dan nilai Signifikan sebesar 0,002 < 0,05 ini menunjukan bahwa *non technical sales skill* berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan konsumen, yang artinya Ho ditolak dan Ha diterima. Hasil ini mendukung hipotesis awal yang diajukan pada penelitian ini yakni *non technical sales skill* berpengaruh secara parsial positif dan signifikan terhadap kepercayaan konsumen.. Hal ini menunjukkan bahwa *non technical sales skill* yang dimiliki oleh Tenaga Penjual mendukung keputusan memilih/membeli produk oleh konsumen

Dipindai dengan CamScanner

karena telah memiliki kepercayaan kepada tenaga penjual tersebut.

V.10 Uji Sobel dan *Bootsrapping*



Gambar V.11 Diagram Jalur untuk Uji Sobel *Test*

Keterangan :

a_1 = Unstd.Coef X1 ke Z

a_2 = Unstd.Coef X2 ke Z

b = Unstd. Coef Z ke Y

Sa_1 = Std.Error X1 ke Z

Sa_2= Std.Error X2 ke Z

Sb_1 = Std. Error Y ke Z

Dipindai dengan CamScanner

❖ **Pengaruh Mediasi X1 ⟶Z ⟶Y**

Tabel V.17 Tabel Uji Sobel Variabel Z memediasi X1 dan Y

Input:		Test statistic:	Std. Error:	p-value:
a	0 326	Sobel test: 2 21215969	0 02328403	0 02695563
b	0 158	Aroian test: 2 16308241	0 02381232	0 03053484
s_a	0 086	Goodman test: 2 26473657	0 02274348	0 02352885
s_b	0 058	Reset all	Calculate	

Berdasarkan hasil tabel uji sobel pada baris sobel *test* kolom pertama pada *p*-value menunjukkan nilai 0,02695563 < 0,05 nilai signifikansi α (5%) maka dapat disimpulkan bahwa variabel Z (Kepercayaan Konsumen) dapat memediasi X1 (*Technical sales skill*) dan Y (Kinerja Tenga Penjualan). Oleh karena itu Hipotesis yang menyatakan bahwa *"Kepercayaan Konsumen ialah variabel interviening antara Technical Sales Skill dan Kinerja Tenaga Penjualan diterima"*

❖ **Pengaruh Mediasi X1 ⟶Z ⟶Y**

Tabel V.18 Tabel Uji Sobel Variabel Z memediasi X2 dan Y

Input:		Test statistic:	Std. Error:	p-value:
a	0 247	Sobel test: 2 0764215	0 01879484	0 03785498
b	0 158	Aroian test: 2 02017255	0 01931815	0 04336549
s_a	0 077	Goodman test: 2 13764677	0 01825652	0 03254542
s_b	0 058	Reset all	Calculate	

Berdasarkan hasil tabel uji sobel pada baris sobel *test* kolom pertama pada *p*-value menunjukkan nilai 0,03785498 < 0,05 nilai signifikansi α (5%) maka dapat disimpulkan bahwa variabel Z (Kepercayaan Konsumen) dapat memediasi X2 (*Non Technical sales skill*) dan Y(Kinerja Tenaga Penjualan). Oleh karena itu Hipotesis yang menyatakan bahwa *"Kepercayaan Konsumen ialah variabel interviening antara Non Technical Sales Skill dan Kinerja Tenaga Penjualan diterima"*

Dipindai dengan CamScanner

MILIK PERPUSTAKAAN STMI
Membaca : Ibadah, Mengambil : Dosa

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

VI.1 KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan penulis mengenai "Analisis Pengaruh *Technical Sales Skill* dan *Non Technical Sales Skill* terhadap Kinerja Tenaga Penjualan melalui Kepercayaan Konsumen sebagai Variabel *Interviening* (Studi kasus pada tenaga penjualan PT Suzuki Indomobil Sales)" dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1) Nilai koefisien jalur sebesar 0,351 dan uji t-statistik menunjukan nilai t.hitung 3,784 > ttabel 1,986 dan nilai Signifikan sebesar 0,000< 0,05 maka hipotesa yang menyatakan bahwa *technical sales skill* berpengaruh secara parsial positif dan signifikan terhadap kepercayaan konsumen telah **terbukti.**
2) Nilai koefisien jalur sebesar 0,299 dan uji t-statistik menunjukan nilai t.hitung 3,229 > ttabel 1,986 dan nilai Signifikan sebesar 0,002< 0,05 maka hipotesa yang menyatakan bahwa *non technical sales skill* berpengaruh secara parsial positif dan signifikan terhadap kepercayaan konsumen telah **terbukti.**
3) Nilai koefisien jalur sebesar 0,453 dan uji t-statistik menunjukan nilai t.hitung 5,346 > ttabel 1,986 dan nilai Signifikan sebesar 0,000< 0,05 maka hipotesa yang menyatakan bahwa *technical sales skill* berpengaruh secara parsial positif dan signifikan terhadap kinerja tenaga penjualan telah **terbukti.**
4) Nilai koefisien jalur sebesar 0,184 dan uji t-statistik menunjukan nilai thitung 2,219 > t.tabel 1,986 dan nilai Signifikan sebesar 0,029< 0,05 maka hipotesa yang menyatakan bahwa *non technical sales skill* berpengaruh secara parsial positif dan signifikan terhadap kinerja tenaga penjualan telah **terbukti.**
5) Nilai koefisien jalur sebesar 0,242 dan uji t-statistik menunjukan nilai thitung 2,746 > ttabel 1,986 dan nilai Signifikan sebesar 0,007< 0,05

Dipindai dengan CamScanner

maka hipotesa yang menyatakan bahwa kepercayaan konsumen berpengaruh secara parsial positif dan signifikan terhadap kinerja tenaga penjualan telah **terbukti**

6) Berdasarkan hasil tabel uji sobel pada baris sobel *test* kolom pertama pada *p*-value menunjukkan nilai 0,02695563 < 0,05 nilai signifikansi α (5%) maka dapat disimpulkan bahwa variabel Z (Kepercayaan Konsumen) dapat memediasi X1 (*Technical sales skill*) dan Y (Kinerja Tenga Penjualan). Oleh karena itu Hipotesis yang menyatakan bahwa *"Kepercayaan Konsumen ialah variabel interviening antara Technical Sales Skill dan Kinerja Tenaga Penjualan* ***diterima****"*

7) Berdasarkan hasil tabel uji sobel pada baris sobel *test* kolom pertama pada *p*-value menunjukkan nilai 0,03785498 < 0,05 nilai signifikansi α (5%) maka dapat disimpulkan bahwa variabel Z (Kepercayaan Konsumen) dapat memediasi X2 (*Non Technical sales skill*) dan Y(Kinerja Tenaga Penjualan). Oleh karena itu Hipotesis yang menyatakan bahwa *"Kepercayaan Konsumen ialah variabel interviening antara Non Technical Sales Skill dan Kinerja Tenaga Penjualan* ***diterima****"*

Dipindai dengan CamScanner

VI.2 SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat diberikan saran sebagai berikut :

1. Bagi PT Suzuki Indomobil Sales

a. Dalam peningkatan *technical sales skill*, perusahaan PT Suzuki Indomobil Sales selama ini melakukan *training product knowedledge, training beat competitor*, dan dalam rentaang waktu 2 bulan sekali melakukan *focus grup discusion* bersama tenaga penjual untuk melakukan riset ulang pasar untuk menganalisa fenomena pasar yang sedang diinginkan konsumen. Kemudian pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel X1 (*Technical Sales Skill)* memberikan pengaruh yang besar terhadap kinerja tenaga penjualan Peneliti pada hal ini memberikan saran agar PT Suzuki Indomobil Sales untuk tetap senantiasa melakukan aktivitas-aktifvitas seperti itu yang mengasah *technical sales skill* tenaga penjualnya agar kemampuan tenaga penjual dapat tetap bagus dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. Kemudian perusahan dapat melakukan aktifitas yang inovatif dalam usaha peningkatan pengetahuan tenaga penjualan mengenai pesaing, dengan cara menjadi konsumen atau bertanya terhadap konsumen produk pesaing untuk mengetahui kelemahan dan kelebihan produk pesaing, serta strategi penjualan pesaing.

b. Dalam pengamatan peniliti, PT Suzuki Indomobil Sales juga masih memprioritaskan untuk kemampuan *softskill* dari tenaga penjualnya. Dengan rutin melakukan pengembangan *personal selling* ditambah dengan adanya aktivitas "GENBA=Evaluasi" untuk mengukur sejauh mana pemahaman tenaga penjual dalam melayani pelanggan sampai pada akhirnya tercipta aktivitas pembelian oleh pelanggan. Selain itu saran peneliti untuk meningkatkan *non technical sales skill*, perusahaan hendaknya mampu meningkatkan tanggung jawab tenaga penjualan, dengan memberikan pelatihan dan motivasi agar tenaga penjualan mampu menepati

Dipindai dengan CamScanner

janji, mengantarkan produk yang sesuai dengan keinginan konsumen dan memberikan pelayanan purnajual kepada konsumen.

c. Untuk meningkatkan kepercayaan konsumen, perusahaan hendaknya mampu meningkatkan kebaikan hati tenaga penjualan terhadap konsumen, dengan mengaktifkan status komunitas Suzuki, baik secara langsung maupun melalui media social. Agar tenaga penjualan peduli terhadap informasi yang diinginkan konsumen, mampu memberikan solusi atas permasalahan konsumen dan membantu mencarikan alternative produk bagi konsumen.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Disarankan agar memperluas objek penelitian dan menambah variabel lain yang dapat memberikan pengaruh yang lebih besar agar penelitian bisa semakin berkembang.

Dipindai dengan CamScanner

DAFTAR PUSTAKA

BUKU dan Jurnal

Anoraga, Pandji. 2004. *Manajemen Bisnis*. Jakarta: Rineka Cipta

Heryanto, Imam dan Totok Triwibowo. 2018. *Path Analysis Menggunakan SPSS dan Excel (Pandual Pengolahan Data Penelitian untuk Skripsi/Tesis)*. Bandung: Informatika

Kasmadi, dan Nia Siti Sunariah. 2014. *Panduan Modern Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta

Lestari, Puji dan Sri Wartini.2015. Pengaruh *Technical Sales Skill, Nonn Technical Sales Skill,* terhadap Kinerja Tenaga Penjualan PT Orindo

Riduwan, dan Engkos Achmad Kuncoro. 2017. *Cara Menggunakan dan Memaknai Path Analysis (Analisis Jalur)*. Bandung: Alfabeta

Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis disertai: Himpunan Junal Penelitian*. Yogyakarta: CV. Anda Offset

Siregar, Syofian. 2014. *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Bumi Aksara

Sopiah, dan Syihabudhin. *Manajemen Bisnis Ritel*. Yogyakarta: ANDI Yogyakarta

Sugiyono. 2017. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta

Supardi. 2007. *Metodologi Penelitian Ekonomi & Bisnis*. Yogyakarta: UII Press

Supardi. 2016. *Aplikasi Statistika Dalam Penelitian Konsep Statitstika yang Lebih Komprehensif.Edisi Revisi*. Jakarta: Change Publication

Susilo, Erwan. 2005. Analisis Pengaruh Tenaga Penjual, Produk, Harga Dan Dukungan Pemasaran Terhadap Kepuasan Pelanggan. Tesis Program Pasca Sarjana Magister Manajemen Universitas Diponegoro.

Dipindai dengan CamScanner

Yosy, Aria Windi. 2010. Analisis Pengaruh Penjualan Adaptif Terhadap Peningkatan Kinerja Tenaga Penjualan. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.

SITUS WEB

Aris Budi, " *Metode Penelitian Pertemuan 7 Tahapan Penelitian – Sampling* " , diakses dari https://www.google.co.id/url=http://arisbudi.staff.gunadarma.ac.id/Downloads/files/50836/MP%2BPertemuan%2BBag.%2B2.pdf&rct=j&sa=U&ved=2ahUKEjmlLrizPDaAhVCQo8KHUNgAasQFjAGegQIABAB&q=r umus+paul+leedy&usg=AOvVaw3dLNIP22sY0_XeCELm7ZrX, pada tanggal 31 Juli 2019

Binus University, " *Uji Asumsi Klasik (Uji Multikolinearitas* " diakses dari https://sbm.binus.ac.id/2015/11/20/uji-asumsi-klasik-ujimultikolinearitas/ pada 6 Mei 2018 Novi Rizkiyani, *Pengaruh Relationship Marketing terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening* (Semarang : Universitas Negeri Semarang, 2013) hlm 50

Ekawan Raharja, "*Menperin Apresiasi Perkembangan Industri Otomotif Indonesia*", diakses dari https://www.google.co.id/amp/www.metrotvnews.com/amp/JKRyr1k-menperin-apresiasi-perkembangan-industri-otomotif-indonesia, pada tanggal 15 Juni 2019

Shindhuasha. 2014. https://www.scribd.com/doc/143148138/Salesmanship-sales-skill diakses pada 1 Agustus 2019 pada pukul 19.53 WIB

Dipindai dengan CamScanner

LAMPIRAN

Dipindai dengan CamScanner

Titik Persentase Distribusi F

Probabilita = 0.05

Diproduksi oleh: Junaidi
http://junaidichaniago.wordpress.com

Dipindai dengan CamScanner

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	161	199	216	225	230	234	237	239	241	242	243	244	245	245	246
2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30	19.33	19.35	19.37	19.38	19.40	19.40	19.41	19.42	19.42	19.43
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79	8.76	8.74	8.73	8.71	8.70
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96	5.94	5.91	5.89	5.87	5.86
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74	4.70	4.68	4.66	4.64	4.62
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06	4.03	4.00	3.98	3.96	3.94
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64	3.60	3.57	3.55	3.53	3.51
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39	3.35	3.31	3.28	3.26	3.24	3.22
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14	3.10	3.07	3.05	3.03	3.01
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98	2.94	2.91	2.89	2.86	2.85
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85	2.82	2.79	2.76	2.74	2.72
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80	2.75	2.72	2.69	2.66	2.64	2.62
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67	2.63	2.60	2.58	2.55	2.53
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60	2.57	2.53	2.51	2.48	2.46
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54	2.51	2.48	2.45	2.42	2.40
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49	2.46	2.42	2.40	2.37	2.35
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45	2.41	2.38	2.35	2.33	2.31
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41	2.37	2.34	2.31	2.29	2.27
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38	2.34	2.31	2.28	2.26	2.23
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35	2.31	2.28	2.25	2.22	2.20
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.37	2.32	2.28	2.25	2.22	2.20	2.18
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30	2.26	2.23	2.20	2.17	2.15
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37	2.32	2.27	2.24	2.20	2.18	2.15	2.13
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30	2.25	2.22	2.18	2.15	2.13	2.11
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34	2.28	2.24	2.20	2.16	2.14	2.11	2.09
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27	2.22	2.18	2.15	2.12	2.09	2.07
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31	2.25	2.20	2.17	2.13	2.10	2.08	2.06
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24	2.19	2.15	2.12	2.09	2.06	2.04
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.35	2.28	2.22	2.18	2.14	2.10	2.08	2.05	2.03
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21	2.16	2.13	2.09	2.06	2.04	2.01
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52	2.41	2.32	2.25	2.20	2.15	2.11	2.08	2.05	2.03	2.00
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51	2.40	2.31	2.24	2.19	2.14	2.10	2.07	2.04	2.01	1.99
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50	2.39	2.30	2.23	2.18	2.13	2.09	2.06	2.03	2.00	1.98
34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29	2.23	2.17	2.12	2.08	2.05	2.02	1.99	1.97
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49	2.37	2.29	2.22	2.16	2.11	2.07	2.04	2.01	1.99	1.96
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.48	2.36	2.28	2.21	2.15	2.11	2.07	2.03	2.00	1.98	1.95
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47	2.36	2.27	2.20	2.14	2.10	2.06	2.02	2.00	1.97	1.95
38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26	2.19	2.14	2.09	2.05	2.02	1.99	1.96	1.94
39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.46	2.34	2.26	2.19	2.13	2.08	2.04	2.01	1.98	1.95	1.93
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12	2.08	2.04	2.00	1.97	1.95	1.92
41	4.08	3.23	2.83	2.60	2.44	2.33	2.24	2.17	2.12	2.07	2.03	2.00	1.97	1.94	1.92
42	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44	2.32	2.24	2.17	2.11	2.06	2.03	1.99	1.96	1.94	1.91
43	4.07	3.21	2.82	2.59	2.43	2.32	2.23	2.16	2.11	2.06	2.02	1.99	1.96	1.93	1.91
44	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43	2.31	2.23	2.16	2.10	2.05	2.01	1.98	1.95	1.92	1.90
45	4.06	3.20	2.81	2.58	2.42	2.31	2.22	2.15	2.10	2.05	2.01	1.97	1.94	1.92	1.89

Dipindai dengan CamScanner

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09	2.04	2.00	1.97	1.94	1.91	1.89
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09	2.04	2.00	1.96	1.93	1.91	1.88
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02	1.98	1.95	1.92	1.89	1.87
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02	1.98	1.94	1.91	1.89	1.86
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01	1.97	1.93	1.90	1.88	1.85
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00	1.96	1.92	1.89	1.87	1.84
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00	1.96	1.92	1.89	1.86	1.84
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95	1.92	1.89	1.86	1.84
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99	1.95	1.91	1.88	1.86	1.83
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99	1.95	1.91	1.88	1.85	1.83
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.85	1.82
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.84	1.82
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.86	1.84	1.81
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93	1.89	1.86	1.83	1.81
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.85	1.83	1.80
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.83	1.80
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.80
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.79
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.84	1.82	1.79
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.82	1.79
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.78
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.83	1.81	1.78
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.81	1.78
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78

Dipindai dengan CamScanner

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
123	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
124	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
126	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
127	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
128	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
129	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
130	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
131	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
132	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
133	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
134	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
135	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74

Dipindai dengan CamScanner

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
136	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74
137	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
138	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
139	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
140	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
141	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
142	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.07	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
143	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
144	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
145	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
146	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.85	1.82	1.79	1.76	1.74
147	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
148	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
149	3.90	3.06	2.67	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
150	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
151	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
152	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
153	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.78	1.76	1.73
154	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.78	1.76	1.73
155	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.78	1.76	1.73
156	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.76	1.73
157	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.76	1.73
158	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
159	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
160	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
161	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
162	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
163	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
164	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
165	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
166	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
167	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
168	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
169	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
170	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
171	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
172	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
173	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
174	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
175	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
176	3.89	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
177	3.89	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
178	3.89	3.05	2.66	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
179	3.89	3.05	2.66	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
180	3.89	3.05	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.77	1.75	1.72

Dipindai dengan CamScanner

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
181	3.89	3.05	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.77	1.75	1.72
182	3.89	3.05	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.77	1.75	1.72
183	3.89	3.05	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.77	1.75	1.72
184	3.89	3.05	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.77	1.75	1.72
185	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.75	1.72
186	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.75	1.72
187	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
188	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
189	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
190	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
191	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
192	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
193	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
194	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
195	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
196	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
197	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
198	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
199	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
200	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.06	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
201	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.06	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
202	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.06	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
203	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.05	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
204	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.05	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
205	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.05	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
206	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.05	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
207	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.05	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.71
208	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.05	1.98	1.93	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
209	3.89	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
210	3.89	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
211	3.89	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
212	3.89	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
213	3.89	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
214	3.89	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
215	3.89	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
216	3.88	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
217	3.88	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
218	3.88	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
219	3.88	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
220	3.88	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.76	1.74	1.71
221	3.88	3.04	2.65	2.41	2.25	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.76	1.74	1.71
222	3.88	3.04	2.65	2.41	2.25	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.76	1.74	1.71
223	3.88	3.04	2.65	2.41	2.25	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.76	1.74	1.71
224	3.88	3.04	2.64	2.41	2.25	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.76	1.74	1.71
225	3.88	3.04	2.64	2.41	2.25	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.76	1.74	1.71

Dipindai dengan CamScanner

Titik Persentase Distribusi t

d.f. = 1 - 200

Diproduksi oleh: Junaidi
http://junaidichaniago.wordpress.com

Dipindai dengan CamScanner

Titik Persentase Distribusi t (df = 1 – 40)

Pr / df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
1	1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2	0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3	0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4	0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5	0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6	0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7	0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8	0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9	0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10	0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11	0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12	0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13	0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14	0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15	0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16	0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17	0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18	0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19	0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20	0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21	0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22	0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23	0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24	0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25	0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26	0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27	0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28	0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29	0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30	0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31	0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32	0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33	0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34	0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35	0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36	0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262
37	0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563
38	0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903
39	0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279
40	0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Dipindai dengan CamScanner

Titik Persentase Distribusi t (df = 41 – 80)

Pr / df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Dipindai dengan CamScanner

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 –120)

Pr / df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Dipindai dengan CamScanner

Titik Persentase Distribusi t (df = 121 –160)

Pr / df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
121	0.67652	1.28859	1.65754	1.97976	2.35756	2.61707	3.15895
122	0.67651	1.28853	1.65744	1.97960	2.35730	2.61673	3.15838
123	0.67649	1.28847	1.65734	1.97944	2.35705	2.61639	3.15781
124	0.67647	1.28842	1.65723	1.97928	2.35680	2.61606	3.15726
125	0.67646	1.28836	1.65714	1.97912	2.35655	2.61573	3.15671
126	0.67644	1.28831	1.65704	1.97897	2.35631	2.61541	3.15617
127	0.67643	1.28825	1.65694	1.97882	2.35607	2.61510	3.15565
128	0.67641	1.28820	1.65685	1.97867	2.35583	2.61478	3.15512
129	0.67640	1.28815	1.65675	1.97852	2.35560	2.61448	3.15461
130	0.67638	1.28810	1.65666	1.97838	2.35537	2.61418	3.15411
131	0.67637	1.28805	1.65657	1.97824	2.35515	2.61388	3.15361
132	0.67635	1.28800	1.65648	1.97810	2.35493	2.61359	3.15312
133	0.67634	1.28795	1.65639	1.97796	2.35471	2.61330	3.15264
134	0.67633	1.28790	1.65630	1.97783	2.35450	2.61302	3.15217
135	0.67631	1.28785	1.65622	1.97769	2.35429	2.61274	3.15170
136	0.67630	1.28781	1.65613	1.97756	2.35408	2.61246	3.15124
137	0.67628	1.28776	1.65605	1.97743	2.35387	2.61219	3.15079
138	0.67627	1.28772	1.65597	1.97730	2.35367	2.61193	3.15034
139	0.67626	1.28767	1.65589	1.97718	2.35347	2.61166	3.14990
140	0.67625	1.28763	1.65581	1.97705	2.35328	2.61140	3.14947
141	0.67623	1.28758	1.65573	1.97693	2.35309	2.61115	3.14904
142	0.67622	1.28754	1.65566	1.97681	2.35289	2.61090	3.14862
143	0.67621	1.28750	1.65558	1.97669	2.35271	2.61065	3.14820
144	0.67620	1.28746	1.65550	1.97658	2.35252	2.61040	3.14779
145	0.67619	1.28742	1.65543	1.97646	2.35234	2.61016	3.14739
146	0.67617	1.28738	1.65536	1.97635	2.35216	2.60992	3.14699
147	0.67616	1.28734	1.65529	1.97623	2.35198	2.60969	3.14660
148	0.67615	1.28730	1.65521	1.97612	2.35181	2.60946	3.14621
149	0.67614	1.28726	1.65514	1.97601	2.35163	2.60923	3.14583
150	0.67613	1.28722	1.65508	1.97591	2.35146	2.60900	3.14545
151	0.67612	1.28718	1.65501	1.97580	2.35130	2.60878	3.14508
152	0.67611	1.28715	1.65494	1.97569	2.35113	2.60856	3.14471
153	0.67610	1.28711	1.65487	1.97559	2.35097	2.60834	3.14435
154	0.67609	1.28707	1.65481	1.97549	2.35081	2.60813	3.14400
155	0.67608	1.28704	1.65474	1.97539	2.35065	2.60792	3.14364
156	0.67607	1.28700	1.65468	1.97529	2.35049	2.60771	3.14330
157	0.67606	1.28697	1.65462	1.97519	2.35033	2.60751	3.14295
158	0.67605	1.28693	1.65455	1.97509	2.35018	2.60730	3.14261
159	0.67604	1.28690	1.65449	1.97500	2.35003	2.60710	3.14228
160	0.67603	1.28687	1.65443	1.97490	2.34988	2.60691	3.14195

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Dipindai dengan CamScanner

Titik Persentase Distribusi t (df = 161 –200)

Pr / df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
161	0.67602	1.28683	1.65437	1.97481	2.34973	2.60671	3.14162
162	0.67601	1.28680	1.65431	1.97472	2.34959	2.60652	3.14130
163	0.67600	1.28677	1.65426	1.97462	2.34944	2.60633	3.14098
164	0.67599	1.28673	1.65420	1.97453	2.34930	2.60614	3.14067
165	0.67598	1.28670	1.65414	1.97445	2.34916	2.60595	3.14036
166	0.67597	1.28667	1.65408	1.97436	2.34902	2.60577	3.14005
167	0.67596	1.28664	1.65403	1.97427	2.34888	2.60559	3.13975
168	0.67595	1.28661	1.65397	1.97419	2.34875	2.60541	3.13945
169	0.67594	1.28658	1.65392	1.97410	2.34862	2.60523	3.13915
170	0.67594	1.28655	1.65387	1.97402	2.34848	2.60506	3.13886
171	0.67593	1.28652	1.65381	1.97393	2.34835	2.60489	3.13857
172	0.67592	1.28649	1.65376	1.97385	2.34822	2.60471	3.13829
173	0.67591	1.28646	1.65371	1.97377	2.34810	2.60455	3.13801
174	0.67590	1.28644	1.65366	1.97369	2.34797	2.60438	3.13773
175	0.67589	1.28641	1.65361	1.97361	2.34784	2.60421	3.13745
176	0.67589	1.28638	1.65356	1.97353	2.34772	2.60405	3.13718
177	0.67588	1.28635	1.65351	1.97346	2.34760	2.60389	3.13691
178	0.67587	1.28633	1.65346	1.97338	2.34748	2.60373	3.13665
179	0.67586	1.28630	1.65341	1.97331	2.34736	2.60357	3.13638
180	0.67586	1.28627	1.65336	1.97323	2.34724	2.60342	3.13612
181	0.67585	1.28625	1.65332	1.97316	2.34713	2.60326	3.13587
182	0.67584	1.28622	1.65327	1.97308	2.34701	2.60311	3.13561
183	0.67583	1.28619	1.65322	1.97301	2.34690	2.60296	3.13536
184	0.67583	1.28617	1.65318	1.97294	2.34678	2.60281	3.13511
185	0.67582	1.28614	1.65313	1.97287	2.34667	2.60267	3.13487
186	0.67581	1.28612	1.65309	1.97280	2.34656	2.60252	3.13463
187	0.67580	1.28610	1.65304	1.97273	2.34645	2.60238	3.13438
188	0.67580	1.28607	1.65300	1.97266	2.34635	2.60223	3.13415
189	0.67579	1.28605	1.65296	1.97260	2.34624	2.60209	3.13391
190	0.67578	1.28602	1.65291	1.97253	2.34613	2.60195	3.13368
191	0.67578	1.28600	1.65287	1.97246	2.34603	2.60181	3.13345
192	0.67577	1.28598	1.65283	1.97240	2.34593	2.60168	3.13322
193	0.67576	1.28595	1.65279	1.97233	2.34582	2.60154	3.13299
194	0.67576	1.28593	1.65275	1.97227	2.34572	2.60141	3.13277
195	0.67575	1.28591	1.65271	1.97220	2.34562	2.60128	3.13255
196	0.67574	1.28589	1.65267	1.97214	2.34552	2.60115	3.13233
197	0.67574	1.28586	1.65263	1.97208	2.34543	2.60102	3.13212
198	0.67573	1.28584	1.65259	1.97202	2.34533	2.60089	3.13190
199	0.67572	1.28582	1.65255	1.97196	2.34523	2.60076	3.13169
200	0.67572	1.28580	1.65251	1.97190	2.34514	2.60063	3.13148

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Dipindai dengan CamScanner

Lampiran 2 Rekapitulasi Jawaban Kuisioner

NO	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	X1.13	X1.14	SKORTOTAL
1	4	4	4	4	3	4	2	4	1	5	5	3	1	1	45
2	4	4	4	5	5	4	4	4	3	3	5	4	3	3	55
3	4	4	4	5	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	51
4	2	3	2	3	4	2	3	5	3	4	5	3	4	3	46
5	3	3	4	3	3	3	4	5	3	4	5	3	3	3	49
6	4	3	4	4	3	1	4	3	5	4	5	4	1	2	47
7	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	2	52
8	4	4	4	4	4	4	3	2	3	3	5	2	4	2	48
9	4	4	4	4	4	2	5	3	3	3	4	1	1	1	43
10	3	4	4	3	4	3	4	5	5	4	5	3	2	4	53
11	3	4	3	2	3	4	3	4	3	2	4	3	3	4	45
12	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	2	48
13	1	3	4	4	4	4	4	3	5	4	5	4	4	2	51
14	3	3	4	3	4	1	2	2	2	2	5	2	2	2	37
15	4	3	4	3	5	3	4	3	4	5	5	4	4	4	55
16	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	4	2	2	2	37
17	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	5	4	3	3	47
18	4	4	3	5	4	2	3	3	3	3	4	5	2	4	49
19	3	3	3	3	4	3	2	3	2	3	4	3	2	2	40
20	4	4	4	3	3	2	3	3	3	4	4	3	3	3	46

Dipindai dengan CamScanner

21	5	4	4	4	4	4	3	3	4	3	5	5	4	4	56
22	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	5	3	5	55
23	4	4	3	4	5	2	4	2	2	3	4	4	3	3	47
24	4	4	5	4	5	3	3	4	3	4	5	5	3	2	54
25	3	4	5	4	4	3	3	3	4	3	5	3	2	2	48
26	4	4	5	3	4	3	4	4	4	4	5	3	4	3	54
27	5	4	4	5	5	4	3	4	3	5	5	4	3	3	57
28	3	4	4	4	5	5	3	5	5	5	5	3	3	2	56
29	4	5	4	5	4	3	3	4	2	3	4	3	3	2	49
30	4	4	5	5	5	4	4	4	4	3	5	5	4	4	60
31	4	4	4	5	4	3	5	3	5	4	5	5	3	3	57
32	3	3	4	4	3	1	3	3	2	4	5	3	2	2	42
33	4	4	4	5	5	2	3	3	4	3	4	3	2	2	48
34	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	59
35	4	4	3	3	3	2	3	2	3	3	5	3	2	2	42
36	4	5	5	3	3	2	4	4	3	4	4	5	4	2	52
37	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	53
38	3	4	4	4	5	3	4	3	3	4	5	3	5	3	53
39	5	5	5	5	5	3	4	3	3	4	5	2	5	2	56
40	4	4	4	5	5	4	5	4	3	5	5	4	3	2	57
41	3	4	4	4	4	2	2	3	2	3	5	3	3	3	45
42	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	2	63

Dipindai dengan CamScanner

43	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	60
44	4	4	5	4	5	2	3	4	2	4	5	4	3	2	51
45	4	4	4	4	4	2	4	3	2	4	5	3	4	4	51
46	5	5	4	5	5	4	4	5	3	4	4	3	3	4	58
47	3	3	3	4	4	3	4	3	2	4	4	3	3	2	45
48	4	4	3	5	4	3	3	2	3	4	5	4	3	4	51
49	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	5	4	3	3	52
50	4	3	4	3	3	3	2	2	3	3	4	3	3	4	44
51	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	5	3	3	3	49
52	5	4	5	5	5	5	3	4	4	5	5	4	4	5	63
53	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	5	4	2	2	48
54	5	4	4	4	5	3	4	3	5	5	5	4	4	2	57
55	2	3	2	2	3	3	2	3	4	4	5	2	1	3	39
56	4	4	4	5	4	2	3	3	2	4	4	4	4	2	49
57	3	3	4	4	4	2	3	4	3	4	5	3	3	2	47
58	4	3	4	3	5	2	2	3	2	4	5	4	3	2	46
59	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	5	4	3	2	51
60	4	4	4	4	4	3	5	3	5	4	5	3	3	3	54
61	3	4	4	3	3	2	3	3	2	4	5	4	4	3	47
62	4	5	4	5	4	3	3	3	4	3	5	5	2	4	54
63	3	2	3	3	4	2	4	5	4	4	5	3	2	3	47
64	3	4	4	3	2	2	3	2	3	3	4	4	4	3	44

Dipindai dengan CamScanner

65	4	4	4	5	5	3	4	4	3	4	4	4	2	3	53
66	4	4	4	4	4	2	3	3	4	4	5	2	4	2	49
67	4	4	4	4	3	2	4	3	3	4	4	2	3	2	46
68	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	5	3	2	3	49
69	4	5	4	4	4	3	5	4	3	5	4	5	3	2	55
70	2	3	2	2	3	2	2	3	2	3	4	3	2	3	36
71	3	4	3	4	4	3	5	5	5	5	4	4	3	2	54
72	4	3	3	4	4	3	4	4	4	5	4	2	2	2	48
73	4	4	5	4	4	3	3	4	2	4	5	5	5	4	56
74	5	5	5	5	4	5	4	3	2	4	3	4	5	4	58
75	5	5	4	5	4	5	4	5	3	4	5	5	4	4	62
76	4	4	4	4	4	3	4	3	2	4	5	4	3	2	50
77	4	4	4	4	4	4	3	2	3	4	4	2	4	2	48
78	4	4	4	4	4	2	4	4	3	4	4	1	1	1	44
79	3	4	4	3	4	3	2	2	3	3	4	3	2	4	44
80	3	4	3	2	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	45
81	4	3	3	4	4	3	3	4	4	5	3	4	3	2	49
82	1	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	2	47
83	3	3	4	3	4	1	4	3	5	5	5	2	2	2	46
84	4	3	4	3	5	3	2	3	4	4	5	4	4	4	52
85	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	4	2	2	2	40
86	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	2	4	3	3	46

Dipindai dengan CamScanner

87	4	4	3	5	4	2	2	3	2	4	2	5	2	4	46
88	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	2	2	46
89	4	4	4	3	3	2	4	2	2	3	3	3	3	3	43
90	5	4	4	4	4	4	3	4	3	4	5	5	4	4	57
91	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	5	3	5	52
92	4	4	3	4	5	2	4	4	4	4	4	4	3	3	52
93	4	4	5	4	5	3	3	4	3	5	3	5	3	2	53
94	3	4	5	4	4	3	3	2	3	4	4	3	2	2	46
95	4	4	5	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	52
96	5	4	4	5	5	4	2	2	3	3	4	4	3	3	51

Dipindai dengan CamScanner

Dipindai dengan CamScanner

NO	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2,7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12	X2.13	X2.14	X2.15	X2.16	X2.17	SKORTOTAL
1	5	5	4	5	5	4	2	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	77
2	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	66
3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	63
4	5	5	3	4	4	3	4	5	4	4	5	3	5	4	5	5	3	71
5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	73
6	4	3	5	5	4	5	3	4	5	5	4	4	2	4	5	4	1	67
7	4	4	5	5	5	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	5	3	68
8	4	4	4	4	4	5	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	60
9	4	4	5	5	3	5	4	5	4	4	4	4	3	5	3	4	2	68
10	4	5	3	4	3	5	3	3	1	2	3	3	4	3	4	5	4	59
11	3	4	2	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	55
12	4	4	2	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	60
13	1	1	4	1	1	1	2	4	4	4	4	2	2	4	1	4	4	44
14	3	3	3	4	3	2	2	3	4	5	5	2	1	5	3	4	2	54
15	3	4	4	4	3	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	2	65
16	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	4	3	5	4	3	2	2	47
17	2	3	3	5	4	2	3	3	5	5	4	5	3	4	4	3	3	61
18	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	5	4	5	5	3	4	4	70
19	2	3	4	3	2	3	2	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	59
20	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	5	4	3	4	3	3	3	59
21	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	63
22	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	3	3	3	3	3	69
23	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	63
24	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	2	4	5	4	4	70

25	3	3	3	4	4	3	2	2	3	3	4	4	4	4	5	5	4	60
26	4	5	5	5	3	4	4	5	4	5	5	2	4	4	4	4	2	69
27	4	5	4	5	4	3	2	5	5	5	5	4	3	4	5	4	3	70
28	5	4	4	4	4	2	2	4	3	3	4	2	2	2	3	4	3	55
29	4	3	2	4	3	3	3	2	4	4	3	3	3	5	5	5	4	60
30	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	71
31	5	5	5	5	5	2	3	4	3	3	4	2	3	3	4	5	4	65
32	3	3	3	4	4	5	2	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	57
33	4	4	4	5	4	3	2	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	70
34	4	4	4	5	4	3	3	4	5	4	4	4	3	4	5	5	4	69
35	4	4	4	3	3	3	2	3	4	4	5	3	3	4	3	3	2	57
36	3	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	5	2	68
37	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	75
38	5	3	5	4	5	5	5	5	3	4	4	5	4	5	5	5	5	77
39	5	3	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	76
40	4	5	3	4	4	3	3	2	5	5	4	5	4	4	4	5	4	68
41	4	4	4	4	4	4	3	4	1	1	2	5	5	4	3	3	2	57
42	4	4	4	4	4	4	4	5	2	3	3	4	4	2	4	4	3	62
43	5	5	5	5	4	5	4	5	2	2	3	5	4	3	4	4	4	69
44	5	3	3	5	3	4	4	4	4	5	5	3	4	3	4	5	2	66
45	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	2	74
46	5	5	5	5	4	4	5	5	3	3	5	5	5	5	3	4	3	74
47	3	4	3	3	2	5	3	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	63
48	4	3	4	3	4	3	4	5	3	4	4	3	3	3	5	5	4	64
49	4	4	3	4	3	3	4	4	2	3	4	4	2	4	4	4	4	60
50	4	4	4	3	3	4	2	3	2	2	2	4	4	5	3	5	4	58

Dipindai dengan CamScanner

51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	68
52	5	3	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	74
53	3	4	4	5	3	4	4	4	3	3	3	3	2	3	3	3	2	56
54	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	72
55	3	5	5	4	4	4	3	4	4	5	5	5	5	5	3	4	3	71
56	4	4	4	2	2	3	4	3	3	4	3	3	3	5	4	4	3	58
57	4	3	4	5	4	5	3	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	68
58	5	5	4	4	3	3	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	68
59	4	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	3	3	4	3	3	2	59
60	4	4	3	4	4	4	2	3	5	5	5	3	3	4	3	4	3	63
61	2	2	3	4	3	3	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	67
62	3	2	2	2	2	5	1	4	5	4	4	5	5	4	3	3	4	58
63	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	2	5	4	4	59
64	3	4	4	5	3	2	4	5	3	3	4	4	5	2	3	4	1	59
65	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	3	3	63
66	3	5	5	5	4	5	5	5	4	2	4	3	3	2	4	4	2	65
67	4	5	5	5	4	5	1	3	4	4	5	4	4	3	4	4	3	67
68	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	58
69	3	3	4	4	4	5	3	3	4	5	4	4	5	2	3	4	4	64
70	2	2	3	3	3	3	4	4	3	2	3	5	5	2	2	3	4	53
71	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	2	62
72	3	4	4	4	3	3	3	3	5	5	5	4	4	4	3	3	3	63
73	4	5	3	3	3	3	4	4	5	5	5	4	3	4	3	4	4	66
74	5	5	3	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	2	71
75	5	5	3	4	4	3	4	4	4	4	5	5	5	5	3	3	3	69
76	4	4	3	4	4	4	5	5	3	3	4	4	4	4	4	5	2	66

Dipindai dengan CamScanner

77	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	3	76
78	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	5	5	5	5	4	4	4	70
79	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	73
80	4	4	3	2	2	3	3	4	3	3	5	3	5	5	4	4	3	60
81	5	3	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	72
82	5	4	3	2	5	3	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	3	64
83	4	4	2	2	4	4	4	4	3	3	4	3	3	5	3	3	4	59
84	4	3	3	3	2	3	4	4	3	3	4	4	4	3	2	3	3	55
85	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	4	4	3	4	69
86	5	5	2	3	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	72
87	4	4	5	2	3	3	3	4	5	5	5	3	5	4	4	4	4	67
88	4	3	2	4	3	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	68
89	4	3	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	3	66
90	3	3	2	3	3	3	3	4	5	5	5	3	3	2	3	4	3	57
91	4	4	4	4	3	5	4	4	5	4	4	4	5	4	1	4	4	67
92	5	4	4	4	4	4	4	4	3	5	5	3	4	3	3	4	2	65
93	5	5	5	5	1	4	2	3	4	4	4	4	4	3	3	3	2	61
94	5	5	5	5	3	5	3	3	4	4	4	4	4	4	3	2	2	65
95	4	3	3	2	4	4	4	4	3	3	5	5	5	5	4	3	3	64
96	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	63

Dipindai dengan CamScanner

NO	Z.1	Z.2	Z.3	Z.4	Z.5	Z.6	Z.7	Z.8	Z.9	SKOR TOTAL
1	3	3	5	3	5	5	5	5	5	39
2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	28
3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	34
4	4	5	5	3	3	3	4	5	5	37
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
6	5	5	5	4	4	4	3	3	3	36
7	4	4	4	4	4	3	4	4	4	35
8	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
9	5	5	4	3	4	5	5	4	4	39
10	4	4	5	3	4	3	5	3	3	34
11	3	3	4	4	3	2	3	4	3	29
12	4	3	4	3	4	3	4	3	4	32
13	4	3	3	4	4	4	4	3	4	33
14	2	2	3	2	2	3	4	4	4	26
15	2	2	3	2	3	4	3	4	5	28
16	2	2	2	2	2	2	3	3	3	21
17	3	4	4	4	3	3	3	3	4	31
18	5	5	4	3	3	3	4	3	3	33
19	3	2	3	3	3	2	2	2	2	22
20	3	3	3	3	4	3	3	3	4	29
21	5	5	5	4	4	5	5	4	5	42
22	4	4	4	4	4	4	5	5	5	39
23	4	4	4	4	4	2	4	3	3	32
24	4	4	4	4	4	4	4	3	3	34

Dipindai dengan CamScanner

25	4	4	4	3	4	4	3	4	4	34
26	5	5	4	4	3	3	4	4	5	37
27	5	4	5	4	4	3	2	4	5	36
28	3	3	4	4	4	3	4	5	4	34
29	2	3	3	2	2	2	3	3	3	23
30	4	5	4	5	4	5	4	5	4	40
31	4	4	5	5	5	5	5	4	5	42
32	3	4	4	3	4	4	4	4	4	34
33	5	5	4	4	4	4	4	5	5	40
34	3	4	3	4	4	4	4	4	4	34
35	3	3	4	3	3	3	4	3	4	30
36	3	4	4	4	3	3	4	3	4	32
37	4	3	4	4	3	4	5	5	5	37
38	5	5	5	3	3	4	5	5	5	40
39	5	5	5	3	4	5	4	4	5	40
40	2	3	4	4	3	3	5	4	3	31
41	3	4	4	4	3	3	4	3	3	31
42	5	4	4	4	5	5	5	5	5	42
43	5	5	4	4	4	5	4	5	5	41
44	3	2	2	4	3	3	3	3	3	26
45	4	3	4	3	4	4	4	2	3	31
46	4	4	5	4	4	5	5	4	4	39
47	4	3	3	3	3	3	4	3	3	29
48	3	5	5	4	4	3	4	4	5	37
49	3	3	3	4	3	4	3	3	4	30

Dipindai dengan CamScanner

50	4	5	5	4	3	4	3	3	5	36
51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
52	4	4	3	5	4	4	5	5	4	38
53	4	4	4	3	3	4	3	3	3	31
54	5	5	5	4	5	4	5	5	5	43
55	3	4	4	3	3	4	4	4	4	33
56	5	4	4	4	4	4	4	4	5	38
57	3	4	3	2	3	4	4	3	3	29
58	3	4	4	4	4	3	4	4	4	34
59	4	4	4	4	3	3	4	4	4	34
60	4	3	3	4	3	2	4	4	4	31
61	2	3	3	2	4	4	3	2	2	25
62	3	5	4	3	2	3	2	2	3	27
63	3	2	3	3	3	4	3	3	3	27
64	3	3	3	4	2	4	3	4	5	31
65	4	4	3	4	4	5	4	4	4	36
66	4	3	5	4	3	3	4	3	3	32
67	5	3	4	3	2	4	3	5	5	34
68	3	3	3	3	3	4	4	4	4	31
69	4	4	4	3	3	3	3	4	4	32
70	2	2	3	2	3	3	3	3	3	24
71	3	4	4	3	3	4	3	3	3	30
72	2	2	2	2	3	4	3	2	2	22
73	3	4	3	3	3	4	4	4	4	32
74	4	4	4	5	5	5	5	5	4	41

Dipindai dengan CamScanner

75	5	4	4	4	4	4	4	4	4	37
76	3	5	4	3	2	3	2	2	3	27
77	3	2	3	3	3	4	3	3	3	27
78	3	3	3	4	2	4	3	4	5	31
79	4	4	3	4	4	5	4	4	4	36
80	4	3	5	4	3	3	4	3	3	32
81	5	3	4	3	2	4	3	5	5	34
82	3	3	3	3	3	4	4	4	4	31
83	4	4	4	3	3	3	3	4	4	32
84	2	2	3	2	3	3	3	3	3	24
85	3	4	4	3	3	4	3	3	3	30
86	2	2	2	2	3	4	3	2	2	22
87	3	4	3	3	3	4	4	4	4	32
88	4	4	4	5	5	5	5	5	4	41
89	5	4	4	4	4	4	4	4	4	37
90	5	4	5	4	4	3	2	4	5	36
91	3	3	4	4	4	3	4	5	4	34
92	2	3	3	2	2	2	3	3	3	23
93	4	5	4	5	4	5	4	5	4	40
94	4	4	5	5	5	5	5	4	5	42
95	3	4	4	3	4	4	4	4	4	34
96	5	5	4	4	4	4	4	5	5	40

Dipindai dengan CamScanner

PERTANYAAN KE-	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	SKOR TOTAL
1	4	2	4	4	5	5	24
2	3	3	3	3	4	4	20
3	4	4	4	4	4	4	24
4	3	3	3	4	5	5	23
5	3	3	4	4	4	4	22
6	2	3	3	2	2	2	14
7	4	4	4	4	4	3	23
8	3	3	3	3	3	3	18
9	4	4	4	3	2	3	20
10	3	4	5	3	5	4	24
11	3	4	3	2	5	4	21
12	4	2	4	4	4	3	21
13	4	1	2	3	5	5	20
14	2	2	2	2	2	2	12
15	3	5	3	2	3	2	18
16	3	2	3	3	2	2	15
17	4	3	3	3	5	4	22
18	4	4	4	4	2	3	21
19	3	3	3	3	3	3	18
20	3	2	3	3	4	4	19
21	3	4	4	4	5	4	24
22	3	4	5	4	5	5	26
23	2	4	3	3	4	4	20
24	4	4	4	4	5	5	26
25	3	5	3	3	5	4	23
26	4	4	3	3	2	3	19
27	5	4	4	5	5	5	28
28	4	3	4	4	5	5	25

Dipindai dengan CamScanner

29	2	4	2	3	3	3	17
30	5	4	5	4	5	4	27
31	4	2	2	3	3	4	18
32	3	4	3	3	5	4	22
33	3	4	2	4	4	5	22
34	4	5	4	4	4	4	25
35	3	3	3	4	4	4	21
36	4	4	4	4	3	3	22
37	4	5	5	4	4	4	26
38	5	5	5	5	2	4	26
39	5	5	4	5	2	5	26
40	3	3	3	3	5	5	22
41	3	3	3	3	2	2	16
42	5	5	5	5	5	5	30
43	5	4	3	3	4	4	23
44	4	4	3	3	3	5	22
45	4	5	4	3	5	4	25
46	4	4	4	5	5	5	27
47	2	3	3	3	3	2	16
48	2	2	3	3	4	5	19
49	3	3	3	3	4	3	19
50	3	4	3	3	5	3	21
51	4	4	4	3	4	4	23
52	5	4	4	5	5	4	27
53	3	3	4	3	3	5	21
54	5	4	5	4	5	5	28
55	3	3	4	3	1	3	17
56	4	3	3	3	2	5	20
57	2	3	3	3	4	5	20

Dipindai dengan CamScanner

58	4	3	3	3	3	3	19
59	3	3	4	3	4	3	20
60	4	4	3	3	4	4	22
61	2	3	1	3	4	3	16
62	3	3	3	3	4	3	19
63	4	3	3	3	3	3	19
64	3	3	2	3	5	4	20
65	4	4	5	4	5	4	26
66	3	3	3	4	4	4	21
67	3	3	3	3	3	5	20
68	4	3	3	3	4	4	21
69	4	3	4	4	4	4	23
70	3	3	3	3	3	3	18
71	3	3	3	4	4	4	21
72	2	3	2	3	4	4	18
73	3	3	2	3	4	4	19
74	4	4	5	5	5	5	28
75	4	4	4	4	4	5	25
76	3	3	4	3	1	3	17
77	4	3	3	3	2	5	20
78	2	3	3	3	4	5	20
79	4	3	3	3	3	3	19
80	3	3	4	3	4	3	20
81	4	4	3	3	4	4	22
82	2	3	1	3	4	3	16
83	3	3	3	3	4	3	19
84	4	3	3	3	3	3	19
85	3	3	2	3	5	4	20
86	4	4	5	4	5	4	26

Dipindai dengan CamScanner

87	3	3	3	4	4	4	21
88	3	3	3	3	3	5	20
89	4	3	3	3	4	4	21
90	4	3	4	4	4	4	23
91	3	3	3	3	3	3	18
92	3	3	3	4	4	4	21
93	2	3	2	3	4	4	18
94	3	3	2	3	4	4	19
95	4	4	5	5	5	5	28
96	4	4	4	4	4	5	25

Dipindai dengan CamScanner

Lampiran 3 Hasil Perhitungan dengan SPSS versi 22.0

1. Uji Validitas

- **Validitas X1 (*Technical Sales Skill)***

Correlations

		item_1	item_2	item_3	item_4	item_5	item_6	item_7	item_8
item_1	Pearson Correlation	1	,569**	,404**	,499**	,341**	,185	,174	,022
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,001	,071	,089	,833
	N	96	96	96	96	96	96	96	96
item_2	Pearson Correlation	,569**	1	,476**	,453**	,181	,245*	,223*	,085
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,077	,016	,029	,409
	N	96	96	96	96	96	96	96	96
item_3	Pearson Correlation	,404**	,476**	1	,334**	,310**	,180	,198	,097
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,001	,002	,079	,053	,346
	N	96	96	96	96	96	96	96	96
item_4	Pearson Correlation	,499**	,453**	,334**	1	,503**	,299**	,252*	,130
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,001		,000	,003	,013	,208
	N	96	96	96	96	96	96	96	96
item_5	Pearson Correlation	,341**	,181	,310**	,503**	1	,226*	,169	,210*
	Sig. (2-tailed)	,001	,077	,002	,000		,027	,101	,040
	N	96	96	96	96	96	96	96	96
item_6	Pearson Correlation	,185	,245*	,180	,299**	,226*	1	,084	,283**
	Sig. (2-tailed)	,071	,016	,079	,003	,027		,415	,005
	N	96	96	96	96	96	96	96	96
item_7	Pearson Correlation	,174	,223*	,198	,252*	,169	,084	1	,371**
	Sig. (2-tailed)	,089	,029	,053	,013	,101	,415		,000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96

Dipindai dengan CamScanner

item_8	Pearson Correlation	,022	,085	,097	,130	,210*	,283**	,371**	1
	Sig. (2-tailed)	,833	,409	,346	,208	,040	,005	,000	
	N	96	96	96	96	96	96	96	96
item_9	Pearson Correlation	,002	-,050	,088	,076	,184	,168	,415**	,284**
	Sig. (2-tailed)	,986	,631	,394	,463	,073	,103	,000	,005
	N	96	96	96	96	96	96	96	96
item_10	Pearson Correlation	,156	-,008	,193	,202*	,316**	,172	,355**	,471**
	Sig. (2-tailed)	,129	,937	,060	,048	,002	,094	,000	,000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96
item_11	Pearson Correlation	,044	-,032	,193	-,022	,176	-,002	,093	,106
	Sig. (2-tailed)	,672	,758	,060	,829	,086	,984	,365	,305
	N	96	96	96	96	96	96	96	96
item_12	Pearson Correlation	,281**	,270**	,233*	,360**	,174	,261*	,086	,244*
	Sig. (2-tailed)	,006	,008	,023	,000	,090	,010	,403	,016
	N	96	96	96	96	96	96	96	96
item_13	Pearson Correlation	,235*	,306**	,391**	,197	,252*	,361**	,163	,100
	Sig. (2-tailed)	,021	,002	,000	,054	,013	,000	,113	,331
	N	96	96	96	96	96	96	96	96
item_14	Pearson Correlation	,206*	,168	,029	,053	-,009	,302**	-,101	,048
	Sig. (2-tailed)	,044	,101	,778	,610	,929	,003	,328	,639
	N	96	96	96	96	96	96	96	96
skortotal	Pearson Correlation	,559**	,518**	,552**	,598**	,548**	,556**	,483**	,497**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96

Dipindai dengan CamScanner

➢ **Validitas X2 (*Non Technical Sales Skill)***

Correlations

		item_1	item_2	iem_3	item_4	item_5	item_6	item_7	item_8	item_9	item_10
item_1	Pearson Correlation	1	,517**	,219*	,250*	,446**	,304**	,310**	,337**	-,065	,047
	Sig. (2-tailed)		,000	,032	,014	,000	,003	,002	,001	,528	,652
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
item_2	Pearson Correlation	,517**	1	,315**	,390**	,251*	,150	,130	,135	-,029	,016
	Sig. (2-tailed)	,000		,002	,000	,014	,146	,208	,190	,781	,881
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
iem_3	Pearson Correlation	,219*	,315**	1	,494**	,272**	,240*	,128	,303**	,046	,059
	Sig. (2-tailed)	,032	,002		,000	,007	,018	,216	,003	,653	,567
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
item_4	Pearson Correlation	,250*	,390**	,494**	1	,430**	,338**	,186	,209*	,135	,126
	Sig. (2-tailed)	,014	,000	,000		,000	,001	,070	,041	,189	,221
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
item_5	Pearson Correlation	,446**	,251*	,272**	,430**	1	,284**	,357**	,366**	,076	,118
	Sig. (2-tailed)	,000	,014	,007	,000		,005	,000	,000	,462	,253
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
item_6	Pearson Correlation	,304**	,150	,240*	,338**	,284**	1	,294**	,229*	,022	-,001
	Sig. (2-tailed)	,003	,146	,018	,001	,005		,004	,025	,834	,994
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
item_7	Pearson Correlation	,310**	,130	,128	,186	,357**	,294**	1	,635**	,001	-,034
	Sig. (2-tailed)	,002	,208	,216	,070	,000	,004		,000	,990	,744
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
item_8	Pearson Correlation	,337**	,135	,303**	,209*	,366**	,229*	,635**	1	,000	-,007
	Sig. (2-tailed)	,001	,190	,003	,041	,000	,025	,000		,999	,945

Dipindai dengan CamScanner

	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
item_9	Pearson Correlation	-,065	-,029	,046	,135	,076	,022	,001	,000	1	,746**
	Sig. (2-tailed)	,528	,781	,653	,189	,462	,834	,990	,999		,000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
item_10	Pearson Correlation	,047	,016	,059	,126	,118	-,001	-,034	-,007	,746**	1
	Sig. (2-tailed)	,652	,881	,567	,221	,253	,994	,744	,945	,000	
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
item_11	Pearson Correlation	,133	,124	,033	,038	,083	-,101	,045	,130	,523**	,635**
	Sig. (2-tailed)	,195	,229	,748	,714	,423	,326	,664	,206	,000	,000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
item_12	Pearson Correlation	,119	,037	,064	,149	,237*	,292**	,145	,117	,042	-,023
	Sig. (2-tailed)	,247	,721	,539	,148	,020	,004	,158	,255	,683	,827
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
item_13	Pearson Correlation	,194	,043	-,066	-,113	,051	,258*	,160	,114	-,059	-,074
	Sig. (2-tailed)	,058	,680	,521	,275	,624	,011	,120	,270	,570	,476
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
item_14	Pearson Correlation	,137	-,018	-,060	-,138	,068	,034	,043	-,041	,113	,203*
	Sig. (2-tailed)	,185	,865	,564	,181	,510	,739	,677	,694	,274	,047
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
item_15	Pearson Correlation	,213*	,106	,083	,264**	,342**	,091	,125	,115	,106	,174
	Sig. (2-tailed)	,037	,306	,420	,009	,001	,379	,223	,263	,305	,091
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
item_16	Pearson Correlation	,168	,024	,143	,226*	,264**	,042	,145	,180	,000	,162
	Sig. (2-tailed)	,101	,817	,165	,027	,009	,685	,160	,080	,999	,115
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
item_17	Pearson Correlation	-,028	-,148	-,117	-,154	,114	,006	-,018	-,040	-,017	,043
	Sig. (2-tailed)	,790	,152	,256	,133	,268	,951	,861	,699	,873	,675

Dipindai dengan CamScanner

	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
SkorTotal	Pearson Correlation	,572**	,404**	,427**	,522**	,639**	,482**	,499**	,505**	,344**	,412**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,001	,000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96

- **Validitas Z (Kepercayaan Konsumen)**

Correlations

		item_1	item_2	item_3	item_4	item_5	item_6
item_1	Pearson Correlation	1	,636**	,586**	,521**	,436**	,353**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	96	96	96	96	96	96
item_2	Pearson Correlation	,636**	1	,629**	,453**	,368**	,326**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,001
	N	96	96	96	96	96	96
item_3	Pearson Correlation	,586**	,629**	1	,421**	,415**	,176
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,087
	N	96	96	96	96	96	96
item_4	Pearson Correlation	,521**	,453**	,421**	1	,543**	,316**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,002
	N	96	96	96	96	96	96
item_5	Pearson Correlation	,436**	,368**	,415**	,543**	1	,515**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	96	96	96	96	96	96

Dipindai dengan CamScanner

item_6	Pearson Correlation	,353**	,326**	,176	,316**	,515**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,087	,002	,000	
	N	96	96	96	96	96	96
item_7	Pearson Correlation	,327**	,309**	,340**	,429**	,573**	,442**
	Sig. (2-tailed)	,001	,002	,001	,000	,000	,000
	N	96	96	96	96	96	96
item_8	Pearson Correlation	,454**	,350**	,348**	,477**	,375**	,391**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,001	,000	,000	,000
	N	96	96	96	96	96	96
item_9	Pearson Correlation	,533**	,430**	,459**	,430**	,303**	,386**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,003	,000
	N	96	96	96	96	96	96
skortotal	Pearson Correlation	,773**	,718**	,687**	,717**	,701**	,611**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	96	96	96	96	96	96

Dipindai dengan CamScanner

➢ Validitas Y (Kinerja Tenaga Penjualan)

Correlations

		item_1	item_2	item_3	item_4	item_5	item_6
item_1	Pearson Correlation	1	,397**	,575**	,564**	,120	,302**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,244	,003
	N	96	96	96	96	96	96
item_2	Pearson Correlation	,397**	1	,489**	,373**	,158	,143
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,124	,163
	N	96	96	96	96	96	96
item_3	Pearson Correlation	,575**	,489**	1	,606**	,172	,249*
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,094	,014
	N	96	96	96	96	96	96
item_4	Pearson Correlation	,564**	,373**	,606**	1	,323**	,467**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,001	,000
	N	96	96	96	96	96	96
item_5	Pearson Correlation	,120	,158	,172	,323**	1	,482**
	Sig. (2-tailed)	,244	,124	,094	,001		,000
	N	96	96	96	96	96	96
item_6	Pearson Correlation	,302**	,143	,249*	,467**	,482**	1
	Sig. (2-tailed)	,003	,163	,014	,000	,000	
	N	96	96	96	96	96	96
skortotal	Pearson Correlation	,701**	,606**	,743**	,792**	,595**	,660**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	96	96	96	96	96	96

Dipindai dengan CamScanner

2. Uji Realibiltas

- **X1 (*Technical Sales Skill*)**

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,770	14

- **X2 *(Technical Sales Skill)***

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,740	17

- **Z (Kepercayaan Konsumen)**

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,875	9

- **Y (Kinerja Tenaga Penjualan)**

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,758	6

Dipindai dengan CamScanner

3. Uji Normalitas

a.Uji Kolmogrov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

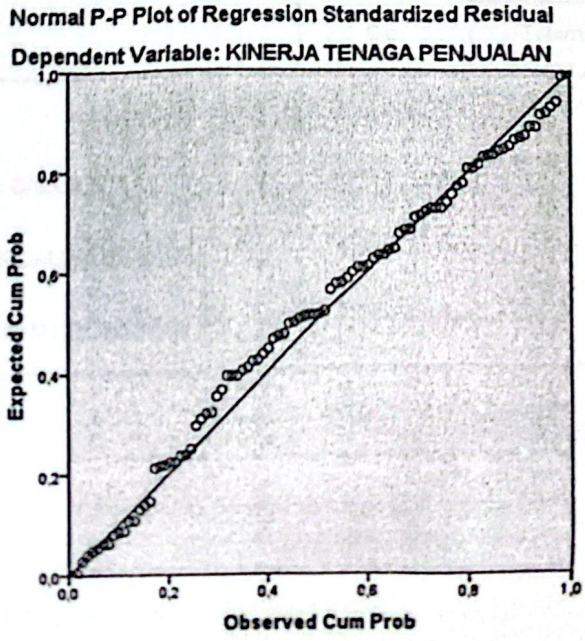
		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters[a,b]	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,50550904
Most Extreme Differences	Absolute	,080
	Positive	,045
	Negative	-,080
Test Statistic		,080
Asymp. Sig. (2-tailed)		,152[c]

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

b. P-plot



Dipindai dengan CamScanner

4. Multikolonieritas, Persamaan Regresi Berganda, dan Path Analysis

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	-4,072	3,049		-1,335
	TECHNICAL SALES SKILL	,275	,051	,453	5,346
	NON TECHNICALSALES SKILL	,100	,045	,184	2,219
	KEPERCAYAAN KONSUMEN	,158	,058	,242	2,746

Coefficients[a]

Model		Sig.	Collinearity Statistics	
			Tolerance	VIF
1	(Constant)	,185		
	TECHNICAL SALES SKILL	,000	,785	1,274
	NON TECHNICALSALES SKILL	,029	,814	1,228
	KEPERCAYAAN KONSUMEN	,007	,723	1,383

Dipindai dengan CamScanner

5. Koefisien Korelasi Simultan dan Koefisien determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,695[a]	,482	,466	2,546

a. Predictors: (Constant), KEPERCAYAAN KONSUMEN, NON TECHNICAL SALES SKILL, TECHNICAL SALES SKILL

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	555,870	3	185,290	28,584	,000[b]
	Residual	596,370	92	6,482		
	Total	1152,240	95			

a. Dependent Variable: KINERJA TENAGA PENJUALAN

b. Predictors: (Constant), KEPERCAYAAN KONSUMEN, NON TECHNICAL SALES SKILL, TECHNICAL SALES SKILL

6. Koefisien Korelasi parsial

Correlations

		TSS	NTSS	KK	KTP
TSS	Pearson Correlation	1	,307**	,443**	,617**
	Sig. (2-tailed)		,002	,000	,000
	N	96	96	96	96
NTSS	Pearson Correlation	,307**	1	,407**	,422**
	Sig. (2-tailed)	,002		,000	,000
	N	96	96	96	96
KK	Pearson Correlation	,443**	,407**	1	,518**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	96	96	96	96
KTP	Pearson Correlation	,617**	,422**	,518**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	96	96	96	96

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Dipindai dengan CamScanner

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rangga Zanuar

Jabatan : *Ass.to Section Head Sales Force Development 4W* PT Suzuki Indomobil Sales

Memberitahukan bahwa mahasiswa Politeknik STMI Jakarta dibawah ini :

Nama : Cevin Christian Nababan

NIM : 1715126

Jurusan : Administrasi Bisnis Otomotif, (Diploma-4)

Diizinkan untuk menyebarkan kuisioner penelitian yang berjudul "Pengaruh *Technical Sales Skill* dan *Non Technical Sales Skill* terhadap Kinerja Tenaga Penjualan dengan Kepercayaan Konsumen sebagai Variabel Intervieng." Dan studi kasusnya tetang Tenaga Penjualan pada dealer dibawah naungan PT Suzuki Indomobil Sales wilayah Jakarta dengan objek penelitiannya ditujukkan untuk Konsumen PT Suzuki Indomobil Sales yang membeli produk Suzuki langsung dan merasakan pelayanan langsung dari tenaga penjualan Dealer Suzuki di wilayah Jakarta..

Demikian surat ini kami buat dengan sebenarnya dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 14 Maret 2019

Rangga Zanuar

Ass.to Section Head Sales

Force Development 4W

PT Suzuki Indomobil Sales

Dipindai dengan CamScanner

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

KUESIONER

Pengaruh *Technical Sales Skill* dan *Non Technical Sales Skill* terhadap Kinerja Tenaga Penjualan dengan Kepercayaan Konsumen sebagai Variabel Interviening

---

Sehubungan dengan penyusunan skripsi dengan judul yang telah disebutkan diatas, maka dengan hormat saya :

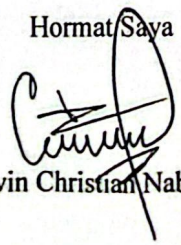
Nama : Cevin Christian Nababan

NIM :1715126

Memohon kesediaan Bapak/Ibu untuk mengisi kuesioner (daftar pertanyaan) yang saya ajukan ini secara jujur dan terbuka. Daftar pertanyaan ini saya ajukan semata – mata untuk keperluan penelitian sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan jenjang Diploma-IV (D-4), Jurusan Administrasi Bisnis Otomotif, Politeknik STMI Jakarta. sehubungan dengan hal tersebut, maka kebenaran dan kelengkapan jawaban yang Bapak/Ibu berikan sangat membantu bagi penulis dan selanjutnya akan menjadi masukan yang bermanfaat bagi hasil penelitian yang penulis lakukan.

Atas partisipasi Bapak/Ibu dalam mengisi daftar pertanyaan atau kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya



Cevin Christian Nababan

Dipindai dengan CamScanner

Petunjuk Pengisian

Pada pertanyaan dibawah ini, anda dimohon untuk mengisi pertanyaan-pertanyaan tersebut dengan keadaan atau kondisi yang sebenarnya, dengan cara **melingkari** pada pilihan jawaban yang tersedia.

IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama : Taman Pardosi
2. Jenis Kelamin : (a) Pria b. Wanita
3. Usia saat ini : (Pilih salah satu dibawah ini)
   a. <20 thn
   b. 20 thn – 30 thn
   c. 31 thn – 40 thn
   (d) 41 thn – 50 thn
   e. >50 thn
4. Pendidikan terakhir : (Pilih salah satu dibawah ini)
   a. SD
   b. SMP
   c. SMU
   d. Diploma
   (e) S1
   f. S2/S3
5. Pekerjaan saat ini : (Pilih salah satu dibawah ini)
   a. Pegawai Negeri Sipil (PNS)
   b. Karyawan Swasta
   (c.) Wiraswasta
   d. Dosen/Pengajar/ Guru
   e. Lain-lain .....
6. Sudah berapa lama menggunakan produk Suzuki: (Pilih salah satu dibawah ini)
   a. < 1 tahun
   b. 1-3 tahun
   c. 4-6 tahun
   d. 7-10 tahun
   (e.) > 10 tahun

Dipindai dengan CamScanner

Petunjuk Pengisian

Silahkan anda pilih jawaban yang menurut anda paling sesuai dengan kondisi yang ada dengan memberikan tanda (√) pada pilihan jawaban yang tersedia.

Keterangan skor jawaban:

Alternatif Jawaban	Penjelasan	Skor
STS	Sangat Tidak Setuju	1
TS	Tidak Setuju	2
CS	Cukup Setuju	3
S	Setuju	4
SS	Sangat Setuju	5

Technical Sales Skill

NO	PERNYATAAN	JAWABAN				
		STS	TS	CS	S	SS
		1	2	3	4	5
A	**Pengetahuan Mengenai Produk Suzuki**			✓		
1	Tenaga penjualan mampu menjelaskan manfaat produk			✓		
2	Tenaga penjualan mampu menjelaskan keunggulan produk			✓		
3	Tenaga penjualan mampu menawarkan variasi produk				✓	
4	Tenaga penjualan dapat menjelaskan penggunaan produk			✓		
5	Tenaga penjualan mampu menjelaskan cara pembelian produk				✓	
6	Tenaga penjualan mampu menjelaskan komposisi produk	✓				
B	**Pengetahuan Mengenai Pelanggan Suzuki**					
7	Tenaga penjualan memahami selera pelanggan		✓			
8	Tenaga penjualan memahami kebutuhan pelanggan		✓			
9	Tenaga penjualan memahami daya beli pelanggan		✓			
10	Tenaga penjualan memahami permasalahan pelanggan		✓			
11	Tenaga penjualan memahami *trend* yang dimininati pelanggan					✓
C	**Pengetahuan Mengenai Pesaing**					
12	Tenaga penjualan menjelaskan kelebihan produk yang ditawarkan dibanding produk pesaing		✓			

Dipindai dengan CamScanner

31	Tenaga penjualan memberikan pelayanan purnajual terhadap konsumen		✓			

Kepercayaan Konsumen

NO	PERNYATAAN	JAWABAN				
		STS	TS	CS	S	SS
		1	2	3	4	5
A	**Kemampuan Tenaga Penjualan**					
32	Tenaga penjualan handal dalam menawarkan produk		✓			
33	Tenaga penjualan tidak diragukan dalam membujuk konsumen		✓			
34	Tenaga penjualan mampu beradaptasi dengan konsumen			✓		
B	**Kebaikan Hati Tenaga Penjualan**					
35	Adanya kepedulian tenaga penjualan terhadap penyampaian informasi yang dibutuhkan konsumen		✓			
36	Tenaga penjualan mau memberikan solusi atas permasalahan konsumen		✓			
37	Tenaga penjualan mau membantu mencarikan alterntif pilihan produk			✓		
C	**Integritas Tenaga Penjualan**					
38	Tenaga penjualan menjunjung tinggi nilai-nilai yang tidak merugikan orang lain				✓	
39	Tenaga penjualan memperlakukan adil semua konsumen				✓	
40	Tenaga Penjualan tidak membeda-bedakan konsumen				✓	

Kinerja Tenaga Penjualan

NO	PERNYATAAN	JAWABAN				
		STS	TS	CS	S	SS
		1	2	3	4	5
A	**Volume Penjualan**					
41	Saya memiliki produk mobil merk Suzuki		✓			
42	Saya ingin membeli lagi produk mobil merk Suzuki		✓			
B	**Pertumbuhan Pelanggan**					
43	Saya ingin membentuk atau mengikuti komunitas pecinta mobil merk Suzuki.		✓			

Dipindai dengan CamScanner

44	Saya merekomendasikan produk Suzuki pada orang lain.		✓			
C	**Pertumbuhan Penjualan**					
45	Digunakannya media lain (seperti BBM, Whatsapp, Twitter dan Instagram) dalam penjualan selain penjualan secara langsung		✓			
46	Selain komunitas pria, penjualan produk juga dilakukan pada komunitas ibu rumah tangga dan kaum remaja		✓			

TERIMAKASIH ATAS PARTISIPASI ANDA

Dipindai dengan CamScanner

13	Tenaga penjualan mengetahui strategi penjualan pesaing		✓			
14	Tenaga penjualan menjelaskan kelemahan produk pesaing		✓			

Non Technical Sales Skill

NO	PERNYATAAN	JAWABAN				
		STS	TS	CS	S	SS
		1	2	3	4	5
A	**Kemampuan Berkomunikasi**					
15	Tenaga penjualan menyampaikan informasi produk Suzuki dengan jelas			✓		
16	Tenaga penjualan menggunakan bahasa yang sopan			✓		
17	Tenaga penjualan menggunakan komunikasi dua arah			✓		
18	Tenaga penjualan memberikan kesempatan kepada konsumen untuk bertanya				✓	
19	Tenaga penjualan menyimak keluhan yang disampaikan konsumen			✓		
20	Tenaga penjualan memiliki intensitas penawaran yang agresif		✓	✓		
B	**Kemampuan Bernegosiasi**					
21	Tenaga penjualan melakukan kesepakatan atas harga produk yang diinginkan konsumen		✓	✓		
22	Tenaga penjualan melakukan kesepakatan atas cara pembayaran produk yang diinginkan konsumen			✓		
C	**Penampilan**					
23	Tenaga penjualan berpakaian rapi dan serasi				✓	
24	Tenaga penjualan berpakaian sopan					✓
25	Tenaga penjualan mengutamakan keramahan					✓
D	**Kejujuran**					
26	Tenaga penjualan menyampaikan informasi yang sebenarnya mengenai produk		✓			
27	Tenaga penjualan memberikan bonus/hadiah yang menjadi hak konsumen	✓				
28	Tenaga penjualan memberikan harga sesuai dengan ketentuan					✓
E	**Tanggung Jawab**					
29	Tenaga penjualan menepati janji yang telah disepakati			✓		
30	Tenaga penjuaan mengantarkan produk yang sesuai dengan keinginan konsumen				✓	

Dipindai dengan CamScanner