

**ANALISIS PENGARUH BAKAT PENJUALAN, PERSEPSI  
PERAN, TINGKAT KEAHLIAN DAN KEPERIBADIAN  
TERHADAP KINERJA TENAGA PENJUAL PADA  
PT. ASTRA INTERNATIONAL Tbk, TOYOTA  
(AUTO 2000) CABANG GATOT SUBROTO  
MEDAN**

**SKRIPSI**

Oleh :

**RORI FRISKI SITEPU  
NPM : 128320201**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
MEDAN  
2017**

**Judul** : Analisis Pengaruh Bakat Penjualan, Persepsi Peran, Tingkat Keahlian, dan Kepribadian Terhadap Kinerja Tenaga Penjual Pada PT. Astra International Tbk, Toyota (Auto 2000) Cabang Gatot Subroto Medan

**Nama Mahasiswa:** RORI FRISKI SITEPU

**No. Stambuk** : 128320201

**Program Studi** : Manajemen

**Menyetujui :**  
**Komisi**  
**Pembimbing**

**Pembimbing I**

**Pembimbing II**

  
(Prof. Dr. H. Sya'ad Afifuddin, SE, MEc)

  
(Adelina Lubis, SE, M.Si)

**Mengetahui :**

**Ketua Prodi**

**Dekan**

  
(Adelina Lubis, SE, M.Si)

  
(Dr. Ihsan Effendi, SE, M.Si)

**Tanggal Lulus :** 2017

**ABSTRAK**

Rori Friski Sitepu.

NPM. 128320201

. “Analisis Pengaruh Bakat Penjualan, Persepsi Peran, Tingkat Keahlian, dan Kepribadian Terhadap Kinerja Tenaga Penjual Pada PT.Astra International Tbk, Toyota (Auto 2000) Cabang Gatot Subroto Medan”.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh bakat penjualan, persepsi peran, tingkat keahlian dan kepribadian secara parsial terhadap kinerja tenaga penjual pada PT.Astra International Tbk, Toyota (Auto 2000) Cabang Gatot Subroto Medan. Untuk mengetahui pengaruh bakat penjualan, persepsi peran, tingkat keahlian, dan kepribadian secara simultan terhadap kinerja tenaga penjual pada PT.Astra International Tbk, Toyota (Auto 2000) Cabang Gatot Subroto Medan. Jenis penelitian ini adalah *asosiatif*. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan di PT.Astra International Tbk, Toyota (Auto 2000) Cabang Gatot Subroto Medan yang bekerja pada bidang penjualan berjumlah 60 orang. Sampel dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan di PT.Astra International Tbk, Toyota (Auto 2000) Cabang Gatot Subroto Medan yang bekerja pada bidang penjualan berjumlah 60 orang dengan demikian penelitian ini disebut sampel jenuh. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda, dengan model persamaan  $y = 5.604 + 0.417 + 0.394 + 0.595 + 0.357$ . koefisien determinasi dengan nilai  $R = 0.758$  dan nilai  $R^2 = 0.618$ . sedangkan uji hipotesis di dapat nilai  $F_{hitung} = 54.815$  dan nilai  $T_{hitung}$  yaitu 5.215 untuk variabel  $X_4$  dan nilai konstanta 5.607

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh hasil bahwa bakat penjualan, persepsi peran, tingkat keahlian dan kepribadian secara parsial berpengaruh terhadap kinerja tenaga penjual pada PT.Astra International Tbk, Toyota (Auto 2000) Cabang Gatot Subroto Medan. Dan bakat penjualan, persepsi peran, tingkat keahlian, dan kepribadian secara simultan berpengaruh terhadap kinerja tenaga penjual pada PT.Astra International Tbk, Toyota (Auto 2000) Cabang Gatot Subroto Medan.

Kata Kunci : Bakat Penjualan, Persepsi Peran, Tingkat Keahlian, Kepribadian, Kinerja Tenaga Pen

**ABSTRACT**  
**Rori Friski Sitepu.**  
**NPM. 128320201**

"Analysis of the Influence of Sales Talent, Role Perception, Expertise Level, and Personality on Salesperson Performance At PT.Astra International Tbk, Toyota (Auto 2000) Branch GatotSubroto Medan". The purpose of this research is to know the influence of sales talent, role perception, level of expertise and personality partially on salesmen performance at PT.Astra International Tbk, Toyota (Auto 2000) GatotSubroto Branch Medan. To know the influence of sales talent, role perception, skill level, and personality simultaneously to the performance of salespeople at PT.Astra International Tbk, Toyota (Auto 2000) Branch GatotSubroto Medan. This type of research is associative. The population in this research is all employees in PT.Astra International Tbk, Toyota (Auto 2000) Branch GatotSubroto Medan who work in the field of sales amounted to 60 people

The sample in this research is all employees in PT.Astra International Tbk, Toyota (Auto 2000) Branch GatotSubroto Medan who work in the field of sales amounted to 60 people thus this research called saturated samples.

The technique of data analysis using multiple linear regression analysis, with model equation  $y = 5.604 + 0.417 + 0.394 + 0.595 + 0.357$ . coefficient of determination with value  $R = 0.758$  and value  $R^2 = 0.618$ . while the hypothesis test can be  $F_{count} = 54.815$  and  $T_{hitung}$  is 5,215 for  $X_4$  and  $n_{laikostanta} = 5.607$

Based on the result of research, it is found that sales talent, role perception, skill level and personality partially influence to salesman performance at PT.Astra International Tbk, Toyota (Auto 2000) Branch GatotSubroto Medan. And sales talent, role perception, skill level, and personality simultaneously affect the performance of salespeople at PT.Astra International Tbk, Toyota (Auto 2000) Branch GatotSubroto Medan.

**Keywords:** Sales Talent, Role Perception, Expertise Level, Personality, Salesperson Performance



## KATA PENGANTAR



*Assalamualaikum Wr.Wb*

Dengan segala kerendahan hati, rasa syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan karunia dan rahmatNya, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan. Skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Sarjana Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Medan Area. Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang setulusnya kepada:

1. Teristimewa saya ucapkan terima kasih yang tak terhingga buat Ayahanda Tanta Sitepu dan Ibunda Riahhin br Tarigan yang dengan penuh kasih sayang membesarkan, mendoakan dan berkorban demi masa depan Ananda.
2. Bapak Dr. H. Ihsan Effendi, SE, MSi selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
3. Bapak Hery Syahrial, SE, Msi selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
4. Ibu Adelina Lubis, SE, MSi selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan.
5. Bapak Prof. Dr. H. Sya'ad Afifuddin, SE, MEc selaku Dosen Pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktunya, guna membimbing penulis guna menyelesaikan skripsi ini
6. Ibu Adelina Lubis, SE, Msi MSi selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktunya guna membimbing penulis dalam menyelesaikan tulisan ini.

7. Bapak Pimpinan PT.Astra International, Tbk Toyota (Auto 2000) Cabang Gatot Subroto Medan yang telah membantu penulis dalam memberikan data dan informasi demi terwujudnya skripsi ini
8. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen serta staff fakultas ekonomi yang telah mengajar dan membantu penulis hingga dapat menyelesaikan perkuliahan.
9. Kepada sahabat yang telah berperan penting dalam penyelesaian skripsi ini Gunawan Tarigan S.Akun, Dionta Ginting.SM, Benno Safinus Ginting,S.Akun,Sandi Kurnia Milala,S.Akun,Guntur Rikardo,SM ,Levy Tarigan,SM, Ostika Sari Sihombing,Juliana Silalahi,dan yang terkasih Elia Kartika Pinem, dan Keluarga Besar Persadaan Mahasiswa Merga Silima(PMMS UMA) dan Karang Taruna Jandi Meriah

Semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi para pembaca dan bagi penulis khususnya, dan kiranya Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan karuniaNya kepada kita semua. Amin.....

Medan, 2017

Penulis

(RORI FRISKI SITEPU)

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	iv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	vi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	viii
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	7
<b>BAB II : LANDASAN TEORITIS</b>	
A. Uraian Teori.....	8
1. Bakat Penjualan.....	8
2. Persepsi Peran .....	10
3. Tingkat Keahlian.....	12
4. Kepribadian.....	17
5. Kinerja Tenaga Penjualan .....	20
D. Penelitian Terdahulu.....	24
E. Kerangka Konseptual .....	25
F. Hipotesis .....	26
<b>BAB III: METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian.....	28
B. Populasi dan Sampel.....	29
C. Definisi Operasional .....	29
D. Jenis dan Sumber Data .....	31
E. Teknik Pengumpulan Data .....	31
F. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	32
G. Uji Asumsi Klasik .....	33
H. Teknik Analisis Data .....	36

**BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Hasil Penelitian .....	39
1. Deskripsi Data Perusahaan .....	39
2. Bidang Usaha Perusahaan.....	41
3. Struktur Organisasi Perusahaan.....	42
4. Deskripsi Data Responden.....	47
5. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	59
6. Uji Asumsi Klasik.....	63
7. Uji Statistik .....	68
8. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	69
B. Pembahasan.....	73
<b>BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Kesimpulan .....	76
B. Saran .....	77
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>78</b>

## DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul/Teks	Halaman
Gambar II.1	Kerangka Konseptual.....	26
Gambar II.4	Kerangka Konseptual.....	20
Gambar IV.1	Struktur organisasi PT.Astra International, Tbk Toyota – (Auto 2000) Cabang Gatot Subroto Medan...	46
Gambar IV.2	Hasil Uji Normalitas dengan Menggunakan Histogram.....	65
Gambar IV.3	Hasil Uji Normalitas dengan Menggunakan <i>Probability Plot</i> .....	67





## DAFTAR TABEL

No. Tabel	Judul/Teks	Halaman
Tabel II.1	Ringkasan Penelitian Terdahulu .....	24
Tabel III.1	Rincian Waktu Penelitian .....	28
Tabel III.2	Definisi Operasional Variabel .....	27



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Ketatnya persaingan antar perusahaan dalam era ekonomi global menuntut perusahaan untuk selalu menjadi yang terdepan dan terbaik dalam memberikan pelayanan yang memuaskan kepada konsumen. Persaingan yang terjadi merupakan suatu bagian yang tidak terpisahkan dari perusahaan, karena dengan adanya persaingan tersebut dapat menjadi salah satu pendorong dalam menyusun strategi pemasaran yang tepat, serta dapat memberikan keuntungan positif bagi perusahaan dalam meningkatkan volume penjualan dan pangsa pasar sehingga mampu memenangkan persaingan di pasar. Salah satu strategi yang dapat digunakan perusahaan sebagai pendukung keberhasilan perusahaan yaitu sumber daya manusia yang berkualitas, dalam hal ini tenaga penjualan merupakan salah satu sumber daya manusia perusahaan yang cukup memiliki peranan dalam pencapaian tujuan perusahaan.

Tenaga penjualan sebagai *salesforce* dalam menghasilkan keuntungan merupakan hal yang perlu dicermati untuk mengkomunikasikan antara produk dengan konsumen. Kesuksesan perusahaan dalam mengelola segala sumber daya yang berkaitan dengan tenaga penjualan akan mendukung keberhasilan perusahaan itu dalam mencapai tujuannya. Tujuan utama dari kinerja tenaga penjual adalah mencapai penjualan produk berkelanjutan untuk mempertahankan penjualan dalam jangka panjang sesuai dengan tujuan perusahaan.

Kinerja tenaga penjual menurut Pettijohn *et al.*, (2007:287) meliputi “Kontribusi seorang tenaga penjual pada pangsa pasar, meningkatkan

profitabilitas perusahaan, cepat dalam penjualan produk baru, pemenuhan target dari perusahaan, dan memenuhi keinginan tujuan dari atasan”. Hal ini menjelaskan bahwa kinerja tenaga penjual terkait dengan bermacam-macam keahlian dan aktifitas yang mana sangatlah penting untuk memenuhi tanggung jawab dari pekerjaan penjualan.

Kinerja tenaga penjualan secara konseptual berguna untuk menguji kinerja yang berkenaan dengan perilaku atau aktivitas-aktivitas yang dilakukan oleh tenaga penjualan, dan hasil yang dapat didistribusikan pada usaha-usaha mereka. Menurut Schiffman (2008:294-300), ada beberapa faktor yang mempengaruhi kinerja tenaga penjual, diantaranya adalah : bakat penjualan, persepsi peran, tingkat keahlian dan kepribadian.

Bakat penjualan merupakan kemampuan seseorang untuk melakukan tugas-tugas tertentu sangat bergantung pada ketrampilannya, yang mencakup minat, kecerdasan dan karakteristik kepribadian. Karena wiraniaga yang berbeda memiliki jenis tugas dan kegiatan yang berbeda pula, maka beberapa orang lebih cocok dengan satu jenis penjualan daripada yang lainnya. Dalam melakukan *technical selling*, wiraniaga harus memiliki bakat penjualan analitis dan pengetahuan teknis yang mendalam agar dapat menjelaskan fitur produk dengan jelas pada pelanggan. Penjualan perdagangan menurut orang-orang mempunyai keahlian antar individu yang baik dan sangat adaptif, karena mereka bertemu dengan berbagai jenis karakteristik pelanggan.

Persepsi peran merupakan suatu proses dimana tenaga penjual menyeleksi, mengorganisir dan menginterpretasikan stimulasi yang diterimanya menjadi sebuah gambaran yang berkaitan dan berarti. Pada hakekatnya kinerja penjualan

ditentukan oleh keberhasilan tenaga penjualan membangun sikap profesionalnya, khususnya kemampuannya untuk mememanajementi dirinya dalam melaksanakan tugas penjualan secara cerdas seperti dalam melakukan kunjungan, mengefektifkan kunjungan, membangun jaringan dengan pelanggan lama dan pelanggan baru di dalam proses *selling-in*. Dalam rangka melaksanakan tugasnya dengan baik, kinerja tenaga penjual harus mengetahui apa yang diharapkan darinya dan memiliki persepsi yang akurat atas perannya.

Tingkat keahlian merupakan merupakan suatu kegiatan yang dipelajari dalam melaksanakan tugas penjualan. Hal ini mencakup keahlian menjual (seperti mengetahui bagaimana membuat persentasi penjualan), keahlian interpersonal (seperti mengetahui bagaimana menangulangi dan memecahkan konflik) dan keahlian teknis (seperti pengetahuan tentang fitur produk, kinerja dan manfaat). Keahlian ini tidak hanya diterapkan pada posisi penjualan sebagai fungsi persiapan pendidikan individu, tetapi juga terus dipelajari dan dipertahankan di tempat kerja. Kebutuhan akan tenaga penjualan yang memiliki keahlian tenaga penjualan dalam kegiatan/aktivitas penjualan, merupakan persoalan penting bagi konsumen dan industri baik itu jasa maupun barang. Bagi perusahaan, keahlian yang dimiliki seorang tenaga penjualan merupakan alat penentu dalam mendapatkan pelanggan.

Selanjutnya faktor yang mempengaruhi kinerja tenaga penjualan adalah kepribadian. Kepribadian tenaga penjualan merupakan aktivitas yang menunjukkan kinerja tenaga penjualan terhadap pekerjaannya. Dalam menghasilkan *outcomes*, tenaga penjualan menunjukkan beberapa perilaku yang tidak menimbulkan hasil secara cepat, seperti membangun hubungan yang efektif

dengan pelanggan, membuat presentasi produk yang efektif. Kepribadian tenaga penjualan mengindikasikan seberapa baik tenaga penjualan melakukan pekerjaannya ketika mereka melaksanakan tanggung jawab mereka. Meskipun Kepribadian seorang tenaga penjualan ini dianggap penting untuk proses penjualan, jumlah waktu yang dihabiskan pada setiap kegiatan yang berbeda dengan penekanan ditempatkan pada kegiatan yang benar-benar membuat dan mengembangkan penjualan. Determinan lain yang dapat dinilai dari efektifitas wiraniaga adalah karakteristik pribadi individu, dimana karakteristik ini meliputi; usia, bentuk tubuh, penampilan, ras dan gender, yang diperkirakan mampu mempengaruhi kinerja penjualan.

PT.Astra International Tbk, Toyota (Auto 2000) selalu berusaha mendayagunakan sumber daya perusahaan, baik financial maupun non financial untuk memenangkan persaingan. PT.Astra International Tbk, Toyota (Auto 2000) adalah salah satu main dialer Toyota terbesar di Indonesia, dimana menguasai 70-80% dari total penjualan Toyota. Dalam kegiatan bisnisnya, perusahaan ini berhubungan dengan PT. Toyota Astra Motor yang menjadi Agen Tunggal Pemegang Merek (ATPM) Toyota. PT.Astra International Tbk, Toyota (Auto 2000) adalah salah satu dialer resmi Toyota dari 5 dialer resmi lainnya. PT.Astra International Tbk, Toyota (Auto 2000) memiliki 145 cabang diseluruh Indonesia. Salah satu cabangnya adalah PT.Astra International Tbk, Toyota (Auto 2000) Cabang Gatot Subroto Medan, yang mana bertugas memasarkan produk-produk Toyota untuk daerah Medan dan sekitarnya. PT.Astra International Tbk, Toyota (Auto 2000) mengaplikasikan bauran promosi *personal selling*. Perusahaan merekrut dan melatih banyak tenaga penjual yang merupakan ujung tombak dari



keberhasilan pencapaian penjualan perusahaan. Dalam prakteknya, selama ini kinerja dari para tenaga penjual banyak yang mengalami keberhasilan, namun ada juga yang tidak berhasil dan digantikan oleh perusahaan.

Dalam hal ini, juga terlihat bahwa di PT.Astra International Tbk, Toyota (Auto 2000) memiliki kebutuhan akan kinerja yang tinggi dari para tenaga penjualan perusahaan. Apabila terlalu banyak tenaga penjual yang perusahaan miliki tidak memberikan kinerja yang baik, merupakan biaya yang besar bagi perusahaan untuk mempertahankan mereka ataupun melakukan perekrutan yang baru. Aktivitas penjualan akan lebih efektif bila dilakukan oleh tenaga penjualan yang lebih memiliki kemampuan, dan pengalaman. Salah satu hal yang dapat dilakukan oleh tenaga penjualan adalah belajar dari pengalaman, hal ini penting sekali untuk mengetahui belajar dari setiap pengalaman bagi tenaga penjual.

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan, maka penulis tertarik dalam memilih judul “Analisis Pengaruh Bakat Penjualan, Persepsi Peran, Tingkat Keahlian, dan Kepribadian Terhadap Kinerja Tenaga Penjual Pada PT.Astra International Tbk, Toyota (Auto 2000) Cabang Gatot Subroto Medan”.

## **B. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah merupakan kalimat tanya yang muncul dari masalah-masalah yang diteliti. Dalam penelitian ini kalimat tanya yang muncul adalah sebagai berikut :

1. Apakah bakat penjualan secara parsial berpengaruh terhadap kinerja tenaga penjual pada PT.Astra International Tbk, Toyota (Auto 2000) Cabang Gatot Subroto Medan?.

2. Apakah persepsi peran secara parsial berpengaruh terhadap kinerja tenaga penjual pada PT.Astra International Tbk, Toyota (Auto 2000) Cabang Gatot Subroto Medan?.
3. Apakah tingkat keahlian secara parsial berpengaruh terhadap kinerja tenaga penjual pada PT.Astra International Tbk, Toyota (Auto 2000) Cabang Gatot Subroto Medan?.
4. Apakah kepribadian secara parsial berpengaruh terhadap kinerja tenaga penjual pada PT.Astra International Tbk, Toyota (Auto 2000) Cabang Gatot Subroto Medan?.
5. Apakah bakat penjualan, persepsi peran, tingkat keahlian, dan kepribadian secara simultan berpengaruh terhadap kinerja tenaga penjual pada PT.Astra International Tbk, Toyota (Auto 2000) Cabang Gatot Subroto Medan?

### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh bakat penjualan secara parsial terhadap kinerja tenaga penjual pada PT.Astra International Tbk, Toyota (Auto 2000) Cabang Gatot Subroto Medan.
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi peran secara parsial terhadap kinerja tenaga penjual pada PT.Astra International Tbk, Toyota (Auto 2000) Cabang Gatot Subroto Medan.
3. Untuk mengetahui pengaruh tingkat keahlian secara parsial terhadap kinerja tenaga penjual pada PT.Astra International Tbk, Toyota (Auto 2000) Cabang Gatot Subroto Medan.
4. Untuk mengetahui pengaruh kepribadian secara parsial terhadap kinerja tenaga penjual pada PT.Astra International Tbk, Toyota (Auto 2000) Cabang Gatot Subroto Medan.

5. Untuk mengetahui pengaruh bakat penjualan, persepsi peran, tingkat keahlian, dan kepribadian secara simultan terhadap kinerja tenaga penjual pada PT.Astra International Tbk, Toyota (Auto 2000) Cabang Gatot Subroto Medan.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat yang bisa diambil dari hasil penelitian ini adalah:

1. Bagi Peneliti

Untuk membandingkan antara teori yang didapat dengan praktek yang dijalankan perusahaan.

2. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan masukan dan evaluasi untuk kemudian dapat dipergunakan dalam mengambil suatu keputusan.

3. Bagi Peneliti Lain

Sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya dalam bidang yang sama dimasa yang akan datang.

4. Bagi Akademisi

Sebagai asset pustaka yang diharapkan dapat dimanfaatkan oleh seluruh kalangan akademisi, baik dosen maupun mahasiswa.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORITIS**

#### **A. Uraian Teori**

##### **1. Bakat Penjualan**

###### **a. Pengertian Bakat Penjualan**

Seorang tenaga penjual harus memiliki bakat penjualan dalam mengendalikan perilaku disetiap situasi, permintaan-permintaan yang timbul didalam interksi hubungan dengan orang lain. Singkatnya seorang tenaga penjual harus mempunyai pengetahuan tentang produk yang ditawarkan dan bagaimana cara kerjanya, melakukan presentasi penjualan dengan efektif dan ketrampilan atau kemampuan menjual lainnya.

Bakat penjualan dipelajari pada saat melakukan tugas atau pekerjaan yang penting. Bakat penjualan menurut Sumarwan, Ujang, (2006:12) merupakan “Salah satu hal yang penting untuk meningkatkan kinerja tenaga penjual”. Hal ini menjelaskan bahwa bakat penjualan sebagai pengetahuan yang harus dimiliki tenaga penjualan dalam rangka mendukung penjualannya, seperti pengetahuan tentang kegunaan dan keunggulan produk (produk knowledge), pengetahuan tentang teknis dan prosedur dilapangan dan juga pengetahuan tentang pelanggan.

Bakat penjualan menurut Maman, Ukas, (2011:48) merupakan “Kenyakinan akan adanya pengetahuan khusus yang dimiliki oleh tenaga penjual tersebut yang mendukung hubungan bisnis”. Hal ini menjelaskan bahwa pengetahuan khusus yang dimiliki seseorang, yang meliputi pengetahuan mengenai desain dan keistimewaan dari produk tersebut, mengembangkannya sesuai dengan teknologi, mampu mengatasi masalah

yang terjadi serta menganalisis kegunaan produk dalam usaha untuk mengidentifikasi ide-ide baru mengenai produk ataupun pelayanan tersebut”.

Bakat penjualan menurut (elqorni.wordpress.com, 2016) adalah “Kemampuan seseorang untuk menjual sesuatu barang atau jasa”. Hal ini menjelaskan bahwa tenaga penjual yang menguasai pengetahuan teknis meliputi pengetahuan produk dan fungsinya, pengetahuan prosedur dilapangan dan pengetahuan tentang produk kompetitor serta pengetahuan pasar dan industri.

Semua orang pasti ingin menjadi penjual yang sukses tetapi tidak semua penjual tahu bagaimana caranya. Dengan mempelajari pengetahuan tentang produk bukan berarti kita sudah mempelajari pengetahuan tentang menjual produk. Anggapan ini tentu sangat keliru karena pengetahuan produk tentu saja berbeda dengan pengetahuan menjual. Bakat penjualan merupakan bagaimana cara menjual dengan baik melalui teknik probing. Teknik probing digunakan oleh penjual untuk menyelidiki, mencari tahu, menggali informasi/pejuang dan kebutuhan prospek dengan cara mengajukan pertanyaan yang tepat dengan mengen kepada calon pembeli atau yang disebut dengan prospek. Dalam hal ini, prospek bisa perorangan, perusahaan, kantor, instansi, organisasi dan lain-lain. Namun dalam menghadapi pelanggan juga harus mempelajari sikap pelanggan yang berbeda-beda (elqorni.wordpress.com, 2016).

#### **b. Indikator Pengukuran Bakat Penjualan**



Bakat penjualan dalam melakukan aktivitas penjualan dipengaruhi oleh karakteristik yang dimiliki, sehingga tenaga penjualan memahami perencanaan yang akan disusun untuk meningkatkan kinerjanya. Bakat penjualan sangat diperlukan dalam memaksimalkan pekerjaannya, termasuk didalamnya pengetahuan mengenai produk dan cara kerjanya, persentasi penjualan, kemampuan bertanya serta kemampuan beradaptasi dari seorang tenaga penjualan

Menurut Sutojo, Siswanto, (2011:61) bakat penjualan dalam menjual seorang tenaga penjual terdiri dari beberapa indikator seperti:

- 1) Pengetahuan mengenai produk dan cara kerjanya,
- 2) Persentasi penjualan,
- 3) Kemampuan bertanya,
- 4) Kemampuan beradaptasi dari pelanggan

## **2. Persepsi Peran**

### **a. Pengertian Persepsi Peran**

Persepsi peran menurut Kotler Philip, Sauder and Wong (2009:203) adalah “Proses dimana seseorang penjual menyeleksi, mengorganisir dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk sebuah gambaran dalam suatu produk”.

Persepsi peran menurut Schiffman (2008:146) adalah “Suatu proses dimana tenaga penjual menyeleksi, mengorganisir dan menginterpretasikan stimulasi yang diterimanya menjadi sebuah gambaran yang berkaitan dan berarti”.

Pada hakekatnya kinerja penjualan ditentukan oleh keberhasilan tenaga penjualan membangun sikap profesionalnya, khususnya

kemampuannya untuk mememanajemi dirinya dalam melaksanakan tugas penjualan secara cerdas seperti dalam melakukan kunjungan, mengefektifkan kunjungan, membangun jaringan dengan pelanggan lama dan pelanggan baru di dalam proses selling-in.

Kinerja perilaku yang tinggi akan menuju kearah kinerja yang tinggi pula dalam suatu organisasi. Kinerja perilaku tenaga penjualan menuntun pada kinerja tenaga penjualan. Tenaga penjualan dengan dengan kinerja perilaku yang lebih tinggi dalam kenyataannya juga akan menunjukkan kinerja yang tinggi. Untuk memperoleh hasil penjualan, tenaga penjualan terlibat dalam berbagai macam pertanggung jawaban pekerjaan dalam bentuk aktivitasaktivitas yang harus dilakukan. Aktivitas-aktivitas tenaga penjualan berkaitan dengan kinerja perilaku seperti memahami produk, membangun hubungan yang efektif, melakukan presentasi yang efektif dan mempertahankan pelanggan, dapat mempertinggi kinerja hasil yang merupakan konsekuensi dari usaha dan keahlian yang dimiliki.

#### **b. Indikator Pengukuran Persepsi Peran**

Persepsi peran adalah suatu proses dimana tenaga penjual menyeleksi, mengorganisir dan menginterpretasikan stimulasi yang diterimanya menjadi sebuah gambaran yang berkaitan dan berarti. Menurut Assael (2010:256) indikator pengukuran persepsi peran seorang tenaga penjualan adalah :

- 1) Kinerja,
- 2) Pelayanan ketahanan,
- 3) Keandalan,
- 4) Karakteristik produk,
- 5) Kesesuaian dengan spesifikasi dan hasil.

### 3. Tingkat Keahlian

#### a. Pengertian Tingkat Keahlian

Tingkat keahlian tenaga penjual sering juga ditunjukkan dengan kemampuan tenaga penjualan untuk memberikan solusi yang dibutuhkan oleh pelanggannya, sehingga pelanggan merasakan adanya nilai tambah yang diperoleh. Tingkat keahlian menurut Pettijohn *et al.*, (2007:13) adalah “Ketrampilan yang dimiliki oleh seseorang yang memberikan kontribusi dalam hal usaha penjualannya yang terdiri dari pendekatan, pencarian, membutuhkan identifikasi, pengetahuan produk, presentasi, keberatan dan penutupan penjualan”.

Tingkat keahlian penjualan menurut Johlke (2006:214) meliputi : Aktif mendengar, penjualan adaptif, penanganan keberatan, penutupan, negosiasi dan pencarian. Tingkat keahlian menjual merupakan hal penting yang perlu menjadi pemikiran bagi pihak perusahaan, sehingga pengelolaan tenaga penjualan yang baik harus benar-benar menjadi suatu perhatian

Tingkat keahlian menurut Liu & Leach (2008:149) merupakan “Kenyakinan akan adanya pengetahuan khusus yang dimiliki oleh tenaga penjualan tersebut yang mendukung hubungan bisnis”. Tingkat keahlian menjual merupakan usaha tenaga penjual untuk mengetahui atau mengenal bagaimana melakukan tindakan nyata, sering ditunjukkan sebagai pengetahuan prosedural dan mengetahui hal-hal nyata yang kadang-kadang ditunjukkan sebagai pengetahuan yang dideklarasikan.

Tingkat keahlian menjual juga digambarkan sebagai sebuah orientasi dari seseorang untuk berusaha melakukan perbaikan dan meningkatkan kemampuan serta penguasaan atas pekerjaan yang menjadi

tanggungjawabnya (Sujan *et.,al* 2009:40). Dengan kata lain tingkat keahlian menjual merupakan pengetahuan dan penguasaan untuk melakukan tindakan tertentu sebagai pengetahuan prosedural maupun tindakan khusus yang mengacu pada keberhasilan penjualan.

Tingkat keahlian menjual adalah suatu keahlian yang harus dikuasai oleh salesmen untuk menciptakan proses penjualan yang berhasil. Ada yang berpendapat keahlian ini merupakan bakat yang dibawa sejak lahir dan ada pula yang berpendapat semua orang dapat menjadi ahli dalam penjualan jika berusaha keras belajar dan mempraktekannya dalam kehidupan sehari-hari. (Swastha, 2011:47)

Keahlian tenaga penjualan adalah suatu bentuk pengetahuan yang dimiliki oleh tenaga penjual yang nantinya akan berpengaruh pada hubungan bisnis. Persepsi tentang keahlian tenaga penjualan merupakan bentuk keyakinan kalau tenaga penjualan tersebut memiliki berbagai pengetahuan khusus yang relevan dan mendukung bagi kesuksesan hubungan bisnis. Keahlian paling sering ditunjukkan lewat apa yang dapat tenaga penjualan berikan kepada para pelanggannya. Sebagai contoh, keahlian menjadi hal penting dalam menyediakan nilai tambah bagi pelanggan. Semakin tinggi persepsi pelanggan tentang keahlian tenaga penjualan maka semakin tinggi persepsi pelanggan tentang nilai tambah yang dapat diberikan oleh tenaga penjualan tersebut. Oleh karena itu, bagi seorang tenaga penjualan yang dipandang memiliki tingkat keahlian yang tinggi, sudah seharusnya membekali dirinya dengan berbagai pengetahuan, kemampuan dan keahlian khusus yang dapat menunjang kelancaran

transaksi bisnis dengan para pelanggannya. Selanjutnya, berbagai pengetahuan dan keahlian tersebut diimplementasikan dalam aktifitas penjualannya sehari-hari.

Liu dan Leach (2008:150) menyatakan keahlian tenaga penjualan pada umumnya sering ditunjukkan melalui tindakan-tindakan atau solusi-solusi yang diberikan mereka untuk pelanggan. Selanjutnya, seorang tenaga penjualan harus mampu menyampaikan informasi yang dimilikinya kepada pelanggan agar pelanggan dapat menjadi yakin untuk menjalin hubungan kerjasama yang baik. Untuk dapat menyampaikan informasi, tenaga penjualan perlu memiliki pengetahuan yang baik mengenai produk dan juga solusi-solusi yang mampu membantu pelanggan.

#### **b. Indikator Pengukuran Tingkat Keahlian**

Tingkat keahlian tenaga penjual yang baik harus didukung dengan pengetahuan teknik yang baik mengenai produk dan fungsi produk. Karena jawaban yang tidak maksimal dari tenaga penjualan akan menjadikan hilangnya kepercayaan pelanggan. Terutama pada produk jasa, dimana pelanggan harus mengerti benar fasilitas-fasilitas yang diperoleh jika menggunakan produknya.

Tingkat keahlian tenaga penjualan menurut Johlke (2006:214) memiliki beberapa indikator diantaranya adalah :

##### 1) Aktif Mendengar

Di luar hanya mendengar atau menanggapi ke komentar pelanggan, sama pentingnya dengan kegiatan-kegiatan tersebut adalah seringkali seorang sales didorong dan dilatih untuk menggunakan aktif atau



efektif teknik mendengarkan. Johlke (2006) menemukan bahwa efektif mendengarkan termasuk menciptakan situasi di mana pembicara ingin berbagi informasi, akurat menambahkan arti kepada pesan yang diterima, evaluasi, pesan, dan memberikan umpan balik.

## 2) Penjualan adaptif

Penjualan adaptif merujuk kepada "penjualan yang mengubah perilaku selama interaksi pelanggan di seluruh pelanggan atau interaksi berdasarkan informasi yang jelas tentang sifat situasi penjualan" secara eksplisit meliputi penjualan adaptif dalam model kinerja kerjanya, dan keterampilan ini adalah secara konsisten dikaitkan dengan peningkatan kinerja penjualan. Selain itu, kemampuan seorang sales untuk terlibat dalam penjualan adaptif mungkin sangatlah penting dalam membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan dan sebagainya bisa menjadi ketrampilan penting untuk meningkatkan kinerja penjualan.

## 3) Penanganan keberatan

Keberatan pelanggan sebagai pernyataan yang mencerminkan keberatan, kelalaian, atau kecurigaan, dan memberitahu seorang sales harus siap untuk menangani pernyataan keberatan serta counter-argumen untuk klaim yang mereka buat. Apapun bentuk mereka, semua orang sales akan pengalaman keberatan dan alasan keberatan untuk tidak menyelesaikan transaksi. Keberatan yang tidak ditangani untuk kepuasan pelanggan tetap sebagai hambatan untuk menyelesaikan transaksi, sementara seorang sales yang sangat

terampil menangani pelanggan pada pertanyaan dan keberatan, dapat menghapus hambatan dan ini harus jadi ditunjukkan di tingkat yang lebih tinggi.

#### 4) Penutupan

Penutup adalah permintaan untuk, dan memperoleh sebagai kesesuaian dengan pekerjaan. Ambil jalan lain, menutup hanya merujuk kepada pelayan yang meminta pelanggan untuk membeli. Kemampuan untuk dengan benar dan meminta secara persuasif untuk penjualan merupakan salah satu kekuatan utama dari penjualan pribadi, dibandingkan dengan metode lain yang dapat digunakan perusahaan untuk mempengaruhi pelanggan.

#### 5) Negosiasi

Menutup penjualan adalah keterkaitan yang bersangkutan dengan prospek membeli tetapi negosiasi terkait dengan bagaimana prospek membeli. Sebagai ketrampilan presentasi penjualan, negosiasi sering digunakan bersamaan dengan penanganan keberatan dan bahkan menutup walaupun ketiga adalah kemampuan jelas berbeda. Misalnya, pelanggan akan selalu memberikan keberatan dalam jawaban terhadap seorang sales dari upaya untuk menutup penjualan, sehingga kedua pihak akan terlibat dalam melakukan negosiasi dengan fakta-fakta transaksi yang potensial. Hanya jika dapat seorang sales memuaskan pada prospek keberatan dan jika dua pihak yang menyepakati perjanjian melalui negosiasi adalah transaksi yang mungkin menjadi sempurna.

#### 6) Pemrospekan

Akhir keahlian presentasi penjualan yang menilai sebagai manajer penjualan sangat penting adalah pemrospekan. pemrospekan sebagai "sebuah langkah penting dalam proses menjual "yang melibatkan seorang sales mengidentifikasi jumlah prospek kualitas yang akan langsung dihubungi. Mereka juga mencatat bahwa kedudukan dalam proses penjualan (yakni pemrospekan yang sering dianggap ke langkah pertama dalam proses penjualan) yang menandakan pentingnya untuk keberhasilan penjualan.

### 4. Kepribadian

#### a. Pengertian Kepribadian

Kepribadian tenaga penjual adalah kecenderungan respon karakteristik individu terhadap situasi yang sama. Dalam konteks marketing disebut *trait*. Teori *trait* (sifat) mengasumsikan bahwa semua individu memiliki karakteristik individual atau sifat berhubungan dengan kecenderungan perilaku.

Kepribadian tenaga penjualan menurut Grant *et al.*, (2001) sebagai “Evaluasi dari berbagai aktivitas dan strategi yang digunakan tenaga penjualan ketika melakukan tanggung jawab pekerjaannya seperti membangun hubungan yang efektif dengan pelanggan, melakukan presentasi yang efektif kepada calon pembeli atau pelanggan dan mempertahankan pelanggan”.

Sementara menurut Robbins SP, Judge, (2007; 198) menjelaskan bahwa kepribadian seorang tenaga penjualan adalah meliputi “Selalu sopan,

mendengarkan, dan membuat pelanggan selalu dihargai”. Kepribadian seorang tenaga penjualan yang meliputi kegiatan penjualan diperlukan dalam proses penjualan dan aktifitas yang berhubungan pada pengembangan hubungan yang sedang berlangsung.

Proses kepribadian seorang tenaga penjualan meliputi pemrospekan, mencari fakta, penjualan, pelayanan pelanggan dan penutupan. Meskipun Kepribadian seorang tenaga penjualan ini dianggap penting untuk proses penjualan, jumlah waktu yang dihabiskan pada setiap kegiatan yang berbeda dengan penekanan ditempatkan pada kegiatan yang benar-benar membuat dan mengembangkan penjualan.

Kepribadian tenaga penjualan merupakan aktivitas yang menunjukkan kinerja tenaga penjualan terhadap pekerjaannya. Dalam menghasilkan *outcomes*, tenaga penjualan menunjukkan beberapa perilaku yang tidak menimbulkan hasil secara cepat, seperti membangun hubungan yang efektif dengan pelanggan, membuat presentasi produk yang efektif. Kepribadian tenaga penjualan mengindikasikan seberapa baik tenaga penjualan melakukan pekerjaannya ketika mereka melaksanakan tanggung jawab mereka.

Memperhatikan pengertian di atas dapat dijelaskan bahwa kepribadian tenaga penjual menurut adalah kecenderungan respon karakteristik individu terhadap situasi yang sama ketika melakukan tanggung jawab pekerjaannya seperti membangun hubungan yang efektif dengan pelanggan, melakukan presentasi yang efektif kepada calon pembeli atau pelanggan dan mempertahankan pelanggan.

### **b. Indikator Pengukuran Kepribadian**

Kepribadian tenaga penjualan sebagai evaluasi dari berbagai aktivitas dan strategi yang digunakan tenaga penjualan ketika melakukan tanggung jawab pekerjaannya seperti membangun hubungan yang efektif dengan pelanggan, melakukan presentasi yang efektif kepada calon pembeli atau pelanggan dan mempertahankan pelanggan.

Berbagai aktivitas tersebut dilakukan sebagai upaya untuk memperoleh hasil penjualan. Tenaga penjualan mempunyai pengendalian yang lebih besar pada aktivitas yang mereka lakukan dibandingkan hasil yang didapat dari aktivitas mereka.

Kepribadian tenaga penjualan menurut Churchill. (2011:321) memiliki indikator pengukuran sebagai berikut :

- 1) Usia,
- 2) Bentuk tubuh,
- 3) Penampilan, ,
- 4) Ras dan gender.

## **5. Kinerja Tenaga Penjual**

### **a. Pengertian Kinerja Tenaga Penjual**

Pengertian kinerja menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah sesuatu yang dicapai, prestasi yang diperlihatkan, kemampuan kerja, kinerja atau hasil kerja yang merupakan salah satu wujud dari hasil karya seorang pekerja. Hasil karya pekerja ini dapat berupa pencapaian terhadap kinerja

yang telah ditetapkan atau hasil karya tersebut dibandingkan dengan hasil karya pekerja lainnya.

Kinerja tenaga penjual menurut Churchill *et al.*, (2011:321) adalah “Evaluasi dari perilaku seorang tenaga penjual, yang berkontribusi pada keberhasilan objektif”. Hal ini menjelaskan bahwa keberhasilan perilaku seorang tenaga penjualan terletak pada objektivitas pekerjaannya.

Kinerja tenaga penjual menurut Pettijohn *et al.*, (2007:287) meliputi “Kontribusi seorang tenaga penjual pada pangsa pasar, meningkatkan profitabilitas perusahaan, cepat dalam penjualan produk baru, pemenuhan target dari perusahaan, dan memenuhi keinginan tujuan dari atasan”. Hal ini menjelaskan bahwa kinerja tenaga penjual terkait dengan bermacam-macam keahlian dan aktifitas yang mana sangatlah penting untuk memenuhi tanggung jawab dari pekerjaan penjualan. Hal ini mungkin meliputi seperti perilaku-perilaku: penyesuaian penjualan, team kerja, presentasi penjualan, perencanaan penjualan, dan aktifitas dukungan penjualan. Secara tradisional, manajemen penjualan berbasis evaluasi kinerja dalam hasil penjualan (hasil kinerjanya). Namun demikian, ada beberapa tanda yang mana pendekatan ini pada evaluasi kinerja yaitu mengubah, yang terutama sekali seperti strategi penjualan yang meliputi pengendalian pada team yang berorientasi pada penjualan dan membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

Memperhatikan uraian pengertian di atas dapat dijelaskan bahwa kinerja tenaga penjualan adalah suatu evaluasi dari kontribusi tenaga penjualan untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi secara konseptual



berguna untuk menguji kinerja yang berkenaan dengan perilaku atau aktivitas-aktivitas yang dilakukan oleh tenaga penjualan, dan hasil-hasil yang dapat diatribusikan pada usaha-usaha mereka.

Menurut Mathis and Jackson (2009:378) ada tiga faktor utama yang mempengaruhi bagaimana individu yang ada bekerja :

- 1) Kemampuan individual untuk melakukan pekerjaan tersebut,
- 2) Tingkat usaha yang dicurahkan,
- 3) Dukungan organisasi.

#### **b. Faktor-faktor yang mempengaruhi Kinerja Tenaga Penjual**

Kinerja tenaga penjualan secara konseptual berguna untuk menguji kinerja yang berkenaan dengan perilaku atau aktivitas-aktivitas yang dilakukan oleh tenaga penjualan, dan hasil yang dapat didistribusikan pada usaha-usaha mereka. Menurut Schiffman (2008:294-300), ada beberapa faktor yang mempengaruhi kinerja tenaga penjual, diantaranya adalah : bakat penjualan, persepsi peran, tingkat keahlian dan kepribadian.

##### 1) Bakat penjualan

Bakat penjualan merupakan kemampuan seseorang untuk melakukan tugas-tugas tertentu sangat bergantung pada ketrampilannya, yang mencakup minat, kecerdasan dan karakteristik kepribadian. Karena wiraniaga yang berbeda memiliki jenis tugas dan kegiatan yang berbeda pula, maka beberapa orang lebih cocok dengan satu jenis penjualan daripada yang lainnya. Dalam melakukan *technical selling*, wiraniaga harus memiliki bakat penjualan analitis dan pengetahuan teknis yang mendalam agar dapat menjelaskan fitur produk dengan jelas pada

pelanggan. Penjualan perdagangan menurut orang-orang mempunyai keahlian antar individu yang baik dan sangat adaptif, karena mereka bertemu dengan berbagai jenis karakteristik pelanggan.

#### 2) Persepsi peran

Dalam rangka melaksanakan tugasnya dengan baik, wiraniaga harus mengetahui apa yang diharapkan darinya dan memiliki persepsi yang akurat atas perannya.

#### 3) Tingkat keahlian

Tingkat keahlian merupakan suatu kegiatan yang dipelajari dalam melaksanakan tugas penjualan. Hal ini mencakup keahlian menjual (seperti mengetahui bagaimana membuat persentase penjualan), keahlian interpersonal (seperti mengetahui bagaimana menanggapi dan memecahkan konflik) dan keahlian teknis (seperti pengetahuan tentang fitur produk, kinerja dan manfaat). Keahlian ini tidak hanya diterapkan pada posisi penjualan sebagai fungsi persiapan pendidikan individu, tetapi juga terus dipelajari dan dipertahankan di tempat kerja.

#### 4) Kepribadian

Determinan lain yang dapat dinilai dari efektifitas wiraniaga adalah karakteristik pribadi individu, dimana karakteristik ini meliputi; usia, bentuk tubuh, penampilan, ras dan gender, yang diperkirakan mampu mempengaruhi kinerja penjualan.

### **c. Indikator Pengukuran Kinerja Tenaga Penjual**

Kinerja tenaga penjual menjadi salah satu aspek penting dalam penilaian kinerja organisasi secara keseluruhan. Hal ini dikarenakan tenaga penjual merupakan bagian dari organisasi secara keseluruhan yang memegang peran penting untuk menjual produk-produk perusahaan. Kinerja tenaga penjualan menurut Sujan (2009) dibentuk oleh empat indikator yaitu:

- 1) Kemampuan menghasilkan pendapatan tinggi,
- 2) Kemampuan menjual produk dengan *provit margin* yang tinggi,
- 3) Kemampuan menjual diatas target penjualan dan,
- 4) Kemampuan menjual produk baru dengan cepat.

Kinerja tenaga penjualan juga akan menunjukkan apakah kontribusi yang diberikan oleh orang-orang penjualan memperlihatkan hasil yang baik atau buruk dalam melaksanakan tujuan perusahaan. Selain itu kinerja akan menunjukkan efektif atau tidaknya aktivitas tenaga penjual di lapangan.

Keberhasilan suatu perusahaan tentunya merupakan sesuatu hal yang diharapkan oleh semua perusahaan. Akan tetapi perusahaan yang berhasil, tentunya melalui proses. Ketangguhan tersebut diantaranya melalui salah satu dimensi yaitu kinerja tenaga penjualan. Tenaga penjualan merupakan sekelompok armada penjualan untuk mendukung aktifitas perusahaan tersebut.

Untuk memperoleh hasil penjualan, tenaga penjualan terlibat dalam berbagai macam pertanggung jawaban pekerjaan dalam bentuk aktivitas-aktivitas yang harus dilakukan. Aktivitas-aktivitas tenaga penjualan berkaitan dengan kinerja perilaku seperti memahami produk, membangun hubungan yang efektif, melakukan presentasi yang efektif dan

mempertahankan pelanggan, dapat mempertinggi kinerja hasil yang merupakan konsekuensi dari usaha dan keahlian yang dimiliki.

## B. Penelitian Terdahulu

Berikut ini disajikan penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini, yaitu : perbaiki tabel

**Tabel II.1**  
**Ringkasan Penelitian Terdahulu**

No	Nama & Tahun Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Mulatsih, Retno (2011)	Studi Tentang Kinerja Penjualan ( <i>Study of Performance of Sales Persons</i> ) Kasus Empiris Pada PT.Sinar Niaga Sejahtera Area Distribusi Jawa Tengah I Fakultas Ekonomi Universitas AMNI Semarang, Vol.6 No.1 ; 19-38	1. The Structural Equation Modelling (SEM) 2. Uji Hipotesis	Model ini dapat diterima dengan baik dan secara signifikan menunjukkan adanya berbagai hubungan kausalitas seperti yang dihipotesiskan.
2.	Hendriyanto, Aseptia (2012)	Analisis Pengaruh Keahlian Menjual Tenaga Penjual, dan Kualitas Pelayanan Glaxo Smith Kleine Terhadap Kinerja Tenaga Penjual, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Totalwin Semarang, Vol. 3 No. 2.	1. Uji Instrumen penelitian 2. Uji asumsi klasik 3. Uji regresi linier berganda 4. Uji hipotesis	1. Nilai signifikan variabel keahlian menjual tenaga penjuual adalah sebesar $0.000 < 0.05$ , berarti variabel keahlian menjual tenaga penjual berpengaruh positif terhadap kinerja tenaga penjual. 2. Nilai signifikan variabel kualitas pelayanan adalah sebesar $0.014 < 0.05$ . Berarti variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kinerja tenaga penjual.
3	Pratiwi, Niken (2007)	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Penjualan (Studi Kasus Pada Tenaga Penjualan di PT.H.M Sampoerna, Tbk Cabang Semarang, Pati, Tegal dan Tuban) Program Studi Magister Manajemen, Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro Semarang	1. The Structural Equation Modelling (SEM) 2. Uji Hipotesis	Model ini dapat diterima dengan baik dan secara signifikan menunjukkan adanya berbagai hubungan kausalitas seperti yang dihipotesiskan
4	Rasyidi, Ahmad Ardinal (2012)	Analisis Pengaruh Bakat Penjualan, Persepsi Peran, Tingkat Keahlian dan Kepribadian Terhadap Kinerja Tenaga Penjualan Pada AUTO 2000 Padang, Fakultas Ekonomi Universitas Andalas Padang	1. Uji Kualitas Data 2. Uji Asumsi Klasik 3. Analisis Regresi Linier Berganda 4. Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) 5. Uji F 6. Uji t	1. Bakat penjualan dan tingkat keahlian memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja tenaga penjual pada Auto 2000 Padang. 2. Persepsi peran dan kepribadian berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kinerja tenaga penjual. 3. Koefisien determinasi diperoleh nilai sebesar 0,425 yang berarti bahwa

				<p>bakat penjualan, persepsi peran, tingkat keahlian, dan kepribadian berpengaruh terhadap kinerja sales person sebesar 42,5%. Sedangkan sisanya, 57,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak teridentifikasi dalam penelitian ini.</p>
--	--	--	--	---

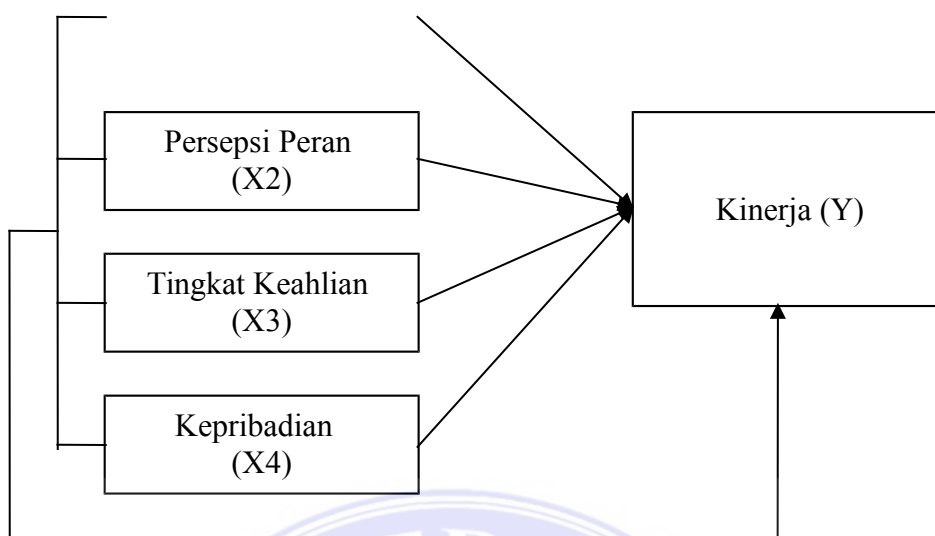
### C. Kerangka Konseptual

Kinerja tenaga penjualan secara konseptual berguna untuk menguji kinerja yang berkenaan dengan perilaku atau aktivitas-aktivitas yang dilakukan oleh tenaga penjualan, dan hasil yang dapat didistribusikan pada usaha-usaha mereka. Menurut Schiffman (2008:294-300), ada beberapa faktor yang mempengaruhi kinerja tenaga penjual, diantaranya adalah : bakat penjualan, persepsi peran, tingkat keahlian dan kepribadian.

Kinerja tenaga penjualan juga akan menunjukkan apakah kontribusi yang diberikan oleh orang-orang penjualan memperlihatkan hasil yang baik atau buruk dalam melaksanakan tujuan perusahaan. Selain itu kinerja akan menunjukkan efektif atau tidaknya aktivitas tenaga penjual di lapangan. Keberhasilan suatu perusahaan tentunya merupakan sesuatu hal yang diharapkan oleh semua perusahaan. Akan tetapi perusahaan yang berhasil, tentunya melalui proses. Ketangguhan tersebut diantaranya melalui salah satu dimensi yaitu kinerja tenaga penjualan. Tenaga penjualan merupakan sekelompok armada penjualan untuk mendukung aktifitas perusahaan tersebut.

Berikut ini kerangka konseptual yang menghubungkan hubungan kinerja penjualan terhadap bakat penjualan, persepsi peran, tingkat keahlian dan kepribadian.

<p>Bakat Penjualan (X1)</p>
---------------------------------



**Gambar II.1 Kerangka Konseptual**

### C. Hipotesis

Menurut Sugiyono (2012:48) Hipotesis adalah penjelasan tentang perilaku, fenomena atau keadaan tertentu yang telah terjadi atau akan terjadi, yang kemudian akan diuji kebenarannya melalui penelitian yang dilakukan.

Berdasarkan perumusan diatas penulis mengemukakan hipotesis sebagai berikut :

1.  $H_1$  : Bakat penjualan secara parsial berpengaruh terhadap kinerja tenaga penjual pada PT.Astra International Tbk, Toyota (Auto 2000) Cabang Gatot Subroto Medan.
2.  $H_2$  : Persepsi peran secara parsial berpengaruh terhadap kinerja tenaga penjual pada PT.Astra International Tbk, Toyota (Auto 2000) Cabang Gatot Subroto Medan.
3.  $H_3$  : Tingkat keahlian secara parsial berpengaruh terhadap kinerja tenaga penjual pada PT.Astra International Tbk, Toyota (Auto 2000) Cabang Gatot Subroto Medan.
4.  $H_4$  : Kepribadian secara parsial berpengaruh terhadap kinerja tenaga penjual pada PT.Astra International Tbk, Toyota (Auto 2000) Cabang Gatot Subroto Medan.



5. H<sub>5</sub> : Bakat penjualan, persepsi peran, tingkat keahlian, dan kepribadian secara simultan berpengaruh terhadap kinerja tenaga penjual pada PT.Astra International Tbk, Toyota (Auto 2000) Cabang Gatot Subroto Medan.



### BAB III METODE PENELITIAN

#### A. Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian

##### 1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah *asosiatif*, menurut Sugiyono (2012:11), penelitian *asosiatif* merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat dan seberapa eratnya pengaruh atau hubungan itu kedua variabel tersebut.

##### 2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Objek penelitian ini berlokasi di PT.Astra International Tbk, Toyota (Auto 2000) Cabang Gatot Subroto Medan yang beralamat lengkap : Jl. Gatot Subroto No.220 Medan 20132. Telp. 08452000.. Waktu penelitian ini dilaksanakan empat bulan terhitung mulai dari bulan November 2016 sampai dengan Pebruari 2017 dengan perincian waktu sebagai berikut :

**Tabel III.1  
Rincian Waktu Penelitian**

No	Kegiatan	Bulan															
		November 2016				Desember 2016				Januari 2017				Pebruari 2017			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Bimbingan Proposal																
2	Seminar Proposal																
3	Pengumpulan Data																
4	Analisa Data																
5	Penulisan Skripsi																
6	Bimbingan Skripsi																
7	Seminar Hasil																
8	Sidang Meja Hijau																

## **B. Populasi dan Sampel**

### **1. Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. (Sugiyono, 2012:72). Berdasarkan definisi diatas, maka populasi dalam penelitian ini adalah karyawan bagian penjualan di PT. Astra International Tbk, Toyota (Auto 2000) Cabang Gatot Subroto Medan yang berjumlah 60 orang.

### **2. Sampel**

Sampel adalah sebahagian populasi yang diduga dapat menggambarkan keseluruhan populasi. Dari keseluruhan populasi yang akan diambil pada PT.Astra International Tbk, Toyota (Auto 2000) Cabang Gatot Subroto Medan menggunakan jenis teknik pengambilan sampel yaitu sampling jenuh. Sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel apabila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel (Sugiyono, 2012:8). Memperhatikan uraian di atas, sampel dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan di PT.Astra International Tbk, Toyota (Auto 2000) Cabang Gatot Subroto Medan yang bekerja pada bidang penjualan berjumlah 60 orang dengan demikian penelitian ini disebut sampel jenuh.

## **C. Definisi Operasional**

Definisi operasional adalah petunjuk untuk melaksanakan mengenai cara mengukur variabel. Definisi operasional merupakan informasi yang sangat membantu penelitian yang akan menggunakan variabel yang sama. Penelitian

ini menggunakan dua macam variabel, yaitu variabel *independent* (bebas) dan variabel *dependent* (terikat).

1. Variabel bebas (X) dalam penelitian ini adalah terdiri dari :

- a. Bakat Penjualan (variabel  $X_1$ )
- b. Persepsi Peran (variabel  $X_2$ )
- c. Tingkat Keahlian (variabel  $X_3$ )
- d. Kepribadian (variabel  $X_4$ )

2. Variabel terikat (Y) dalam penelitian ini adalah Kinerja Tenaga Penjualan.

Untuk lebih jelasnya mengenai variabel-variabel yang akan diteliti dapat dilihat pada tabel operasional di halaman berikut ini :

**Tabel III.2**  
**Definisi Operasional Variabel**

No	Variabel	Definisi	Pengukuran	Skala Pengukuran
1.	Bakat Penjualan ( $X_1$ )	Kenyakinan akan adanya pengetahuan khusus yang dimiliki oleh tenaga penjual tersebut yang mendukung hubungan bisnis (Maman, Ukas 2011)	Pengetahuan mengenai produk dan cara kerjanya, Persentasi penjualan, Kemampuan bertanya, Kemampuan beradaptasi dari pelanggan	<i>Likert's</i>
2	Persepsi Peran ( $X_2$ )	Proses dimana seseorang penjual menyeleksi, mengorganisir dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk sebuah gambaran dalam suatu produk. (Kotler Philip, Sauder and Wong2009)	1) Kinerja, 2) Pelayanan 3) Keandalan, 4) Karakteristik produk, 5) Kesesuaian dengan spesifikasi dan hasil	<i>Likert's</i>
3	Tingkat Keahlian ( $X_3$ )	Ketrampilan yang dimiliki oleh seseorang yang memberikan kontribusi dalam hal usaha penjualannya yang terdiri dari pendekatan, pencarian, membutuhkan identifikasi, pengetahuan produk, presentasi, keberatan dan penutupan penjualan. (Pettijohn <i>et al.</i> , 2007)	1) Aktif Mendengar 2) Penjualan adaptif 3) Penanganan keberatan 4) Penutupan 5) Negosiasi 6) Pemrospekan	<i>Likert's</i>

4	Kepribadian (X <sub>4</sub> )	Evaluasi dari berbagai aktivitas dan strategi yang digunakan tenaga penjualan ketika melakukan tanggung jawab pekerjaannya seperti membangun hubungan yang efektif dengan pelanggan, melakukan presentasi yang efektif kepada calon pembeli atau pelanggan dan mempertahankan pelanggan (Grant <i>et al.</i> , 2001)	1) Usia, 2) Bentuk tubuh, 3) Penampilan, , 4) Ras dan gender.	<i>Likert's</i>
6	Kinerja Tenaga Penjualan (Y)	Evaluasi dari perilaku seorang tenaga penjual, yang berkontribusi pada keberhasilan objektif. (Churchill <i>et al.</i> , 1993)	1) Kemampuan menghasilkan pendapatan tinggi, 2) Kemampuan menjual produk dengan <i>provit margin</i> yang tinggi, 3) Kemampuan menjual diatas target penjualan dan, 4) Kemampuan menjual produk baru dengan cepat.	<i>Likert's</i>

Sumber : Maman 2011, Kotler, Sauder and Wong 2009, Pettijohn 2007, Grant 2001, Churchill 2011.

#### D. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data *kuantitatif*. Menurut Sugiyono (2012:13) "Data *kuantitatif* yaitu data yang berbentuk angka atau kualitatif yang diangka (*scorsing*). Sementara data menggunakan angket atau quisioner yang disebarkan kepada responden penelitian.

#### E. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data dan keterangan yang diperlukan dalam penelitian ini, penulis menggunakan dua metode penelitian, yaitu :

- 1) Pengamatan (*Observation*), yaitu dengan mengadakan pengamatan langsung pada objek penelitian.
- 2) Daftar pernyataan (*Questionnaire*), yaitu pengumpulan data dengan menggunakan daftar pernyataan/angket yang sudah dipersiapkan sebelumnya dan diberikan kepada para responden. Pengukuran data dalam penelitian ini adalah *skala likert*. Menurut Sugiyano (2012:86) *skala likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau

sekelompok tentang fenomena sosial. Untuk keperluan analisa *kuantitatif* penelitian ini maka peneliti memberikan 5 (lima) alternative jawaban kepada responden untuk masing-masing variabel dengan menggunakan

skala 1 sampai 5, yaitu :

- a. Jawaban "Sangat Setuju" , diberi nilai 5
- b. Jawaban " Setuju" , diberi nilai 4
- c. Jawaban " Ragu-ragu" , diberi nilai 3
- d. Jawaban "Tidak Setuju" diberi nilai 2
- e. Jawaban " Sangat Tidak Setuju" diberi nilai 1.

## **F. Uji Validitas dan Reliabilitas**

### **a. Uji Validitas**

Uji validitas dilakukan untuk memenuhi taraf kesesuaian dan kecepatan alat ukur (instrumen) dalam menilai suatu objek penelitian. Instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang hendak diukur dan diinginkan dengan tepat. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud..

Biasanya syarat minimum uji validitas untuk dianggap memenuhi syarat adalah kalau  $r \text{ tabel} = 0,3$ . Jadi, apabila korelasi antara butir pernyataan dengan skor total kurang dari 0,3 maka butir pernyataan dalam instrumen tersebut tidak valid.

### **b. Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Metode yang digunakan adalah metode



*Cronbach's Alpha* . Metode ini diukur berdasarkan skala *alpha Cronbach* 0 sampai 1. Jika skala itu dikelompokkan ke dalam lima kelas dengan rentang yang sama, maka ukuran kemantapan *alpha* dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- 1) Nilai *alpha Cronbach* 0,00 s.d. 0,20, berarti kurang reliabel
- 2) Nilai *alpha Cronbach* 0,21 s.d. 0,40, berarti agak reliabel
- 3) Nilai *alpha Cronbach* 0,41 s.d. 0,60, berarti cukup reliabel
- 4) Nilai *alpha Cronbach* 0,61 s.d. 0,80, berarti reliabel
- 5) Nilai *alpha Cronbach* 0,81 s.d. 1,00, berarti sangat reliabel

## G. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Dengan kata lain, uji normalitas dilakukan untuk mengetahui sifat distribusi data penelitian yang berfungsi untuk mengetahui apakah sampel yang diambil normal atau tidak dengan menguji sebaran data yang dianalisis. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan 2 alat uji, yaitu:

- 1) Uji *Kolmogorov Smirnov*, dalam uji ini pedoman yang digunakan dalam pengambilan keputusan, yaitu:
  - a) Jika nilai signifikan  $> 0,05$  maka distribusi data tidak normal
  - b) Jika nilai signifikan  $< 0,05$  maka distribusi data normal

Hipotesis yang digunakan:

- a)  $H_0$ : data residual berdistribusi normal
  - b)  $H_a$ : data residual tidak berdistribusi normal
- 2) Grafik *Normality Probability Plot*, ketentuan yang digunakan adalah:

- a) Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b) Jika data menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

**b. Uji *Multikolinearitas***

Pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah di dalam model analisis regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Multikolinearitas dapat diketahui dengan cara menganalisis matrik korelasi variabel-variabel independen, dapat dilihat dari:

- 1) *Tolerance value*.
- 2) Nilai *variance inflation factor* (VIF).

Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel bebas manakah yang dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Nilai *cutoff* yang umum digunakan adalah nilai *tolerance* 0,10 atau sama dengan VIF di atas 10. Apabila nilai *tolerance* lebih dari 0,10 atau nilai VIF kurang dari 10 maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi multikolinieritas antar variabel dalam model regresi (Ghozali 2011).

**c. Uji *Heteroskedastisitas***

Heteroskedastisitas adalah terjadinya ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Untuk menguji ada tidaknya heteroskedastisitas, dalam penelitian ini digunakan grafik plot antara nilai

prediksi variabel dependen (ZPRED) dengan residualnya (SRESID). Uji *heteroskedastisitas* digunakan untuk mengetahui apakah pada model regresi penyimpangan variabel bersifat konstan atau tidak. Salah satu cara untuk mengetahui adanya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara variabel dependen (terikat) dengan residualnya.

Apabila grafik yang ditunjukkan dengan titik-titik tersebut membentuk suatu pola tertentu, maka telah terjadi heteroskedastisitas dan apabila polanya acak serta tersebar, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Deteksi adanya *heteroskedastisitas* dengan melihat kurva *heteroskedastisitas* atau diagram pencar (*chart*), dengan dasar pemikiran sebagai berikut:

- 1) Jika titik-titik terikat menyebar secara acak membentuk pola tertentu yang beraturan (bergelombang), melebar kemudian menyempit maka terjadi *heteroskedastisitas*.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar baik dibawah atau di atas 0 ada sumbu Y maka hal ini tidak terjadi *heteroskedastisitas*.

## H. Teknik Analisis Data

### 1. Uji Statistik

Untuk menganalisis data menggunakan model analisis regresi linier berganda dengan bantuan SPSS *for windows* 17.00 dengan persamaan sebagai berikut:

$$y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Dimana :

y = Variabel terikat (Kinerja Tenaga Penjualan)

x<sub>1</sub> = Variabel bebas (Bakat Penjualan)

x<sub>2</sub> = Variabel bebas (Persepsi Peran)

x<sub>3</sub> = Variabel bebas (Tingkat Keahlian)

x<sub>4</sub> = Variabel bebas (Kepribadian)

a = Konstanta

β<sub>1,2,3,4</sub> = Koefisien Regresi

e = error (tingkat kesalahan) yaitu 0,05 (5%)

## 2. Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Uji ini digunakan untuk mengukur kedekatan hubungan dari model yang dipakai. Koefisien detreminasi (adjusted R<sup>2</sup>) yaitu angka yang menunjukkan besarnya kemampuan varians atau penyebaran dari variabel-variabel bebas yang menerangkan variabel terikat atau angka yang menunjukkan seberapa besar variabel terikat dipengaruhi oleh variabel bebasnya. Besarnya koefisien determinasi adalah antara 0 hingga 1 (0 < adjusted R<sup>2</sup> < 1), dimana nilai koefisien harus < 1, menjelaskan hubungan variabel bebas X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub> X<sub>3</sub>, X<sub>4</sub> terhadap variabel Y dimana nilai tersebut menjelaskan hubungan tersebut.

## 3. Uji Hipotesis

a. Uji Simultan (Uji F)

Uji F, dengan maksud menguji apakah secara simultan variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat, dengan tingkat keyakinan 95% ( $\alpha = 0,05$ ), Kriteria pengujiannya adalah :

Dimana :

$F_{hitung} > F_{tabel}$  = Jika variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.

$F_{hitung} < F_{tabel}$  = Jika variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

Hipotesisnya adalah :

$F_{hitung} > F_{tabel}$  = Jika bakat penjualan, persepsi peran, tingkat keahlian dan kepribadian secara simultan berpengaruh terhadap kinerja tenaga penjualan.

$F_{hitung} < F_{tabel}$  = Jika bakat penjualan, persepsi peran, tingkat keahlian dan kepribadian secara simultan tidak berpengaruh terhadap kinerja tenaga penjualan.

b. Uji Parsial (Uji t)

Uji t statistik dimaksudkan untuk menguji pengaruh secara parsial antara variabel bebas terhadap variabel terikat dengan asumsi bahwa variabel lain dianggap konstan, dengan tingkat keyakinan 95% ( $\alpha = 0,05$ ).

Kriteria pengujiannya adalah :

Dimana :

$t_{hitung} > t_{tabel}$  = Jika variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.

$t_{hitung} < t_{tabel}$  = Jika variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

Hipotesisnya adalah :

$t_{hitung} > t_{tabel}$  = Jika bakat penjualan, persepsi peran, tingkat keahlian dan kepribadian secara parsial

$t_{hitung} < t_{tabel}$

berpengaruh terhadap kinerja tenaga penjualan.  
= Jika bakat penjualan, persepsi peran, tingkat keahlian dan kepribadian secara parsial tidak berpengaruh terhadap kinerja tenaga penjualan.





## DAFTAR PUSTAKA

- Asseal, Hendry, 2010, *Consumer Behaviour and Marketing Action*, Ohio, South-Western College Publishing.
- Churchill, 2011, *Sales Force Management* (7th ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- Grant, K., Cravens, D.W., Low, G.S., Moncrief, W.C., 2001, “*The Role Satisfaction With Territory Design on The Motivation, Attitudes, and Work Outcomes of Salespeople*”. *Journal of the Academy of Marketing Science*. Vol.29. No. 2. p. 165-178.
- Hendriyanto, Asepta, 2012, *Analisis Pengaruh Keahlian Menjual Tenaga Penjual, dan Kualitas Pelayanan Glaxo Smith Kleine Terhadap Kinerja Tenaga Penjual*, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Totalwin Semarang, Vol. 3 No. 2. Jurnal.
- Johlke, M.C, 2006, *Sales Presentation Skills and Salesperson Job Performance*”, *Journal of Business & Industrial Marketing*, Vo. 21, pp. 311-319.
- Kotler Philip, Armstrong, G. Sauder J., and Wong, V., 2009, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi Millenium, Penerbit PT. Prenhallindo, Jakarta.
- Liu, A. H. & Leach. 2008, “*Developing Loyal Customers with a Value-Adding Sales Force: Examining Customer Satisfaction and the Perceived Credibility of Consultative Salespeople*”. *Journal of Personal Selling & Sales Management*, XXI-(2).
- Maman, Ukas, 2011, *Manajemen Penjualan*, Edisi Revisi, Cetakan Kedua Belas, BPFE, Yogyakarta.
- Mathis, Robert. L dan Jackson, John.H, 2009, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Salemba Empat, Jakarta.
- Mulatsih, Retno, 2011, *Studi Tentang Kinerja Penjualan (Study of Performance of Sales Persons) Kasus Empiris Pada PT.Sinar Niaga Sejahtera Area Distribusi Jawa Tengah I*, Fakultas Ekonomi Universitas AMNI Semarang, Vol.6 No.1 ; 19-38. Jurnal.
- Pettijohn, C.E, Pettijohn, L.S, and Taylor, A.J. 2007, “*Does salesperson perception of the importance of sales skills improve sales performance, customer orientation, job satisfaction, and organizational commitment, and reduce turnover*”. *Journal of Personal Selling and Sales Management*, Vol. 27, pp. 75 – 88. Jurnal.
- Pratiwi, Niken, 2007, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Penjualan (Studi Kasus Pada Tenaga Penjualan di PT.H.M Sampoerna, Tbk Cabang Semarang, Pati, Tegal dan Tuban)*, Program

Studi Magister Manajemen, Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro Semarang.

- Rasyidi, Ahmad Ardinal, 2012, *Analisis Pengaruh Bakat Penjualan, Persepsi Peran, Tingkat Keahlian dan Kepribadian Terhadap Kinerja Tenaga Penjualan Pada AUTO 2000 Padang*, Fakultas Ekonomi Universitas Andalas Padang.
- Robbins SP, Judge, 2007, *Perilaku Organisasi, Konsep, Kontroversi, Aplikasi*, Prenhallindo, Jakarta.
- Sujan, Haris, Barton A. Weitz & Nirmalaya Kumar, 2009, “*Learning Orientation, Working Smart and Effective Selling*”, *Journal Of Marketing*, Vol.58, pp.39-52.
- Swastha, Basu, 2011, *Manajemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen*, BPFE, Yogyakarta.
- Schifman, Leon G., dan Kanuk, Leslie L. 2008, *Consumer Behaviour*, Fifth Edition, Prentice-Hall, Inc. Englewood Cliffts New Jesrey.
- Sutojo, Siswanto, 2011, *Salesmanship (Keahlian Menjual Barang dan Jasa)*, Jakarta.
- Sumarwan, Ujang, 2006, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*, Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Sugiyono, 2012, *Metode Penelitian Bisnis*, Edisi Revisi, Penerbit Alfabeta, Bandung.

## Lampiran 1

**KUESIONER****ANALISIS PENGARUH BAKAT PENJUALAN, PERSEPSI PERAN, TINGKAT KEAHLIAN DAN KEPRIBADIAN TERHADAP KINERJA TENAGA PENJUAL PADA PT. ASTRA INTERNATIONAL Tbk, TOYOTA (AUTO 2000) CABANG GATOT SUBROTO MEDAN**

Responden Yang Terhormat

Dalam rangka penyusunan skripsi yang menjadi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area, maka saya mohon kesediaan saudara untuk menjawab beberapa pernyataan kuesioner berikut ini.

Kuesioner ini bertujuan untuk mendapatkan informasi mengenai “Analisis Pengaruh Bakat Penjualan, Persepsi Peran, Tingkat Keahlian, dan Kepribadian Terhadap Kinerja Tenaga Penjual Pada PT.Astra International Tbk, Toyota (Auto 2000) Cabang Gatot Subroto Medan”. Identitas jawaban saudara akan saya jaga kerahasiaannya sesuai dengan kode etik penelitian,

Saya ucapkan terima kasih atas kesediaan saudara dalam meluangkan waktu untuk mengisi keusioner ini.

Hormat saya,

Rori Friski Sitepu

## DATA RESPONDEN

1. No.Kuesioner : ..... ( diisi petugas )
2. Nama : ..... ( boleh tidak diisi )
3. Jenis kelamin :
  - a) Laki- laki
  - b) Perempuan
4. Usia :
  - a) < 20 Tahun
  - b) 30 – 40 Tahun
  - c) 20 – 30 Tahun
  - d) > 40 Tahun

## Petunjuk pengisian

1. Jawablah masing-masing pernyataan dibawah ini sesuai dengan penelitian saudara mengenai “Analisis Pengaruh Bakat Penjualan, Persepsi Peran, Tingkat Keahlian, dan Kepribadian Terhadap Kinerja Tenaga Penjual Pada PT.Astra International Tbk, Toyota (Auto 2000) Cabang Gatot Subroto Medan”.
2. Pilihlah salah satu jawaban dari kelima alternatif jawaban yang sesuai dengan cara memberikan tanda centang (√) pada salah satu kolom pada jawaban yang tersedia dan berilah alasan dari jawaban yang saudara pilih.
3. Keterangan jawaban sebagai berikut :
  - a) SS ; Sangat setuju.
  - b) S ; Setuju
  - c) R ; Ragu
  - d) TS ; Tidak setuju
  - e) STS ; Sangat tidak setuju

**DAFTAR PERNYATAAN****PERNYATAAN VARIABEL BEBAS X<sub>1</sub> (BAKAT PENJUALAN)**

No	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
		5	4	3	2	1
1.	Saya memiliki pengetahuan mengenai produk dan cara kerjanya untuk melakukan penjualan					
2.	Saya dapat membuat persentasi penjualan yang jelas dan lengkap tentang produk yang dijual perusahaan					
3.	Saya memiliki kemampuan bertanya kepada pelanggan mengenai keluhan kesah yang dihadapi terhadap produk perusahaan					
4.	Saya memiliki kemampuan beradaptasi dari pelanggan untuk melakukan penjualan					

**PERNYATAAN VARIABEL BEBAS X<sub>2</sub> (PERSEPSI PERAN)**

No	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
		5	4	3	2	1
5.	Kinerja pelayanan yang tidak baik kepada pelanggan dapat menghambat hasil kerja saya					
6.	Dalam melakukan pelayanan kepada pelanggan, saya selalu melakukan identifikasi potensial terlebih dahulu					
7.	Saya memiliki keandalan dalam melakukan penjualan produk perusahaan					
8.	Karakteristik produk yang jelas mampu menyelesaikan pekerjaan saya dengan baik sesuai target yang diberikan					
9.	Kesesuaian dengan spesifikasi dan hasil yang diberikan perusahaan dapat membantu kerja saya					

**PERNYATAAN VARIABEL BEBAS X<sub>3</sub> (TINGKAT KEAHLIAN)**

No	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
		5	4	3	2	1
10.	Saya selalu aktif mendengar mengenai keluhan-keluhan yang diberikan oleh pelanggan					
11.	Saya selalu mendekati pelanggan dengan menggunakan teknik penjualan adaptif					
12.	Saya mampu menyelesaikan penanganan keberatan yang dirasakan oleh pelanggan					
13.	Pelayanan sangat diperlukan bagi pelanggan untuk membeli suatu produk perusahaan					
14.	Saya adalah seseorang yang sangat ahli dalam bernegosiasi dengan para pelanggan					
15.	Pemrospekan dan presentasi penjualan kepada pelanggan adalah suatu kegiatan rutin sehari-hari.					

**PERNYATAAN VARIABEL BEBAS X<sub>4</sub> (KEPRIBADIAN)**

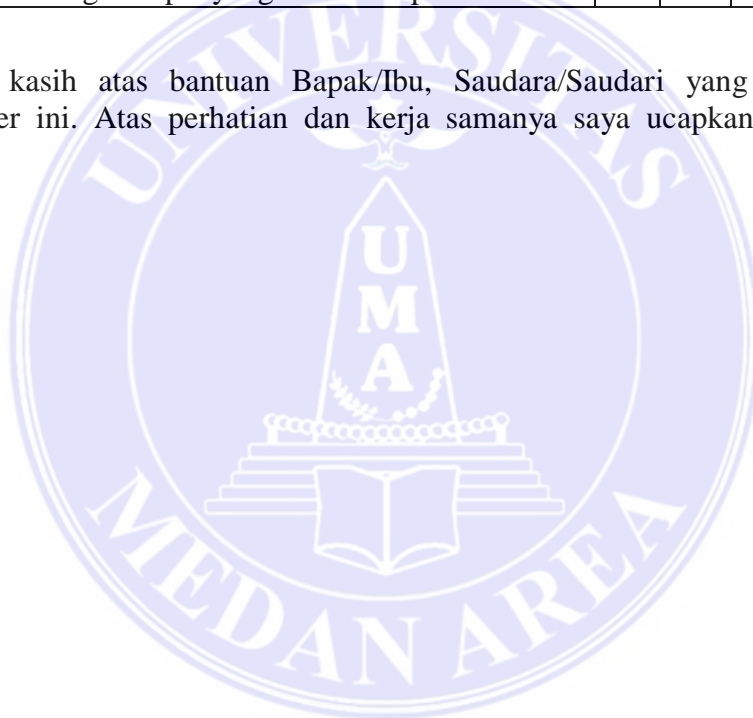
No	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
		5	4	3	2	1
16.	Usia rata-rata yang ada diperusahaan untuk melakukan penjualan sangat relative muda					
17.	Bentuk tubuh tidak menjadi patokan dalam melakukan penjualan produk perusahaan					
18.	Saya memiliki penampilan yang menarik, sehingga pelanggan merasa senang					
19.	Ras dan gender yang ada diperusahaan tidak mempengaruhi pekerjaan saya					



**PERNYATAAN VARIABEL TERIKAT Y (KINERJA TENAGA PENJUALAN)**

No	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
		5	4	3	2	1
20.	Saya memiliki kemampuan menghasilkan pendapatan tinggi untuk menjual produk perusahaan.					
21.	Kemampuan menjual produk dengan <i>provit margin</i> yang tinggi, sangat membantu ekonomi keluarga saya.					
22.	Saya memiliki kemampuan menjual diatas target penjualan dalam setiap bulannya.					
23.	Saya memiliki kemampuan menjual produk baru dengan cepat yang diberikan perusahaan					

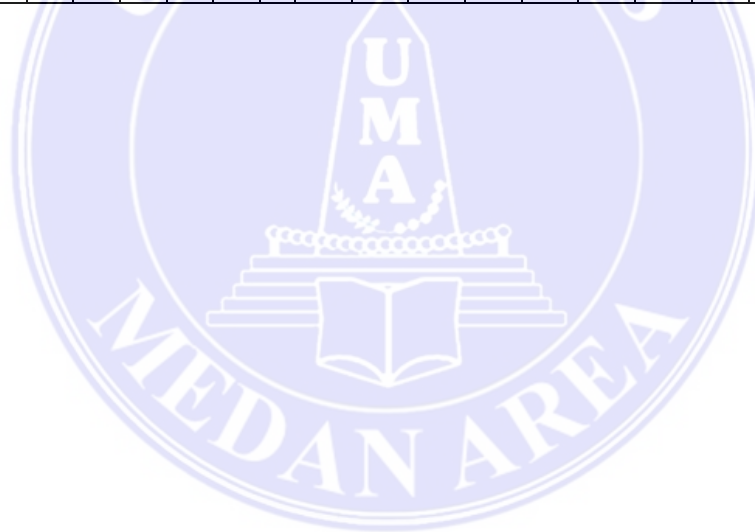
Terima kasih atas bantuan Bapak/Ibu, Saudara/Saudari yang telah mengisi kuesioner ini. Atas perhatian dan kerja samanya saya ucapkan Terima Kasih banyak.



## Lampiran 2

**HASIL RESPONDEN VALIDITAS DILUAR RESPONDEN**

Bakat Penjualan				Persepsi Peran					Tingkat Keahlian						Kepribadian				Kinerja			
P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	3	3	3	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5



## Lampiran 3

**HASIL PENGOLAHAN DATA  
UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS  
RESPONDEN PENELITIAN**

**VARIABEL BEBAS  $X_1$  (BAKAT PENJUALAN)****Reliability**

```
RELIABILITY
/VARIABLES=VAR00001 VAR00002 VAR00003 VAR00004
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/STATISTICS=DESCRIPTIVE SCALE
/SUMMARY=TOTAL MEANS VARIANCE COV CORR.
```

**Scale: ALL VARIABLES****Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	15	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	15	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.891	.891	4

**Item Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
VAR00001	4.2667	.45774	15
VAR00002	4.2667	.45774	15
VAR00003	4.2000	.41404	15
VAR00004	4.3333	.48795	15

## Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	12.8000	1.600	.592	.466	.920
VAR00002	12.8000	1.314	.926	.871	.793
VAR00003	12.8667	1.552	.748	.703	.865
VAR00004	12.7333	1.352	.797	.729	.845

VARIABEL BEBAS X<sub>2</sub> (PERSEPSI PERAN)

## Reliability

```

RELIABILITY
/VARIABLES=VAR00005 VAR00006 VAR00007 VAR00008 VAR00009
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/STATISTICS=DESCRIPTIVE SCALE
/SUMMARY=TOTAL MEANS VARIANCE COV CORR.

```

## Scale: ALL VARIABLES

## Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	15	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	15	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

## Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.861	.889	5

## Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
VAR00005	4.2000	.41404	15
VAR00006	4.2667	.45774	15
VAR00007	4.2667	.45774	15
VAR00008	4.3333	.48795	15
VAR00009	4.3333	.72375	15

## Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00005	21.5333	4.124	.799	.750	.820
VAR00006	21.4667	3.838	.887	.913	.800
VAR00007	21.4667	4.267	.614	.507	.845
VAR00008	21.4000	3.971	.735	.733	.824
VAR00009	21.4000	3.971	.596	.595	.914

VARIABEL BEBAS X<sub>3</sub> (TINGKAT KEAHLIAN)

## Reliability

RELIABILITY

```

/VARIABLES=VAR00010 VAR00011 VAR00012 VAR00013 VAR00014 VAR00015
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/STATISTICS=DESCRIPTIVE SCALE
/SUMMARY=TOTAL MEANS VARIANCE COV CORR.

```

## Scale: ALL VARIABLES

## Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	15	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	15	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

## Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.910	.911	6

## Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
VAR00010	4.2667	.45774	15
VAR00011	4.3333	.48795	15
VAR00012	4.2000	.41404	15
VAR00013	4.4000	.50709	15
VAR00014	4.2667	.45774	15
VAR00015	4.2667	.45774	15

## Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00010	21.4667	3.838	.727	.830	.896
VAR00011	21.4000	3.686	.762	.736	.891
VAR00012	21.5333	3.838	.828	.878	.884
VAR00013	21.3333	3.667	.736	.755	.896
VAR00014	21.4667	3.124	.648	.574	.921
VAR00015	21.4667	3.552	.922	.914	.868

VARIABEL BEBAS X<sub>4</sub> (KEPRIBADIAN)

## Reliability

RELIABILITY

```

/VARIABLES=VAR00016 VAR00017 VAR00018 VAR00019
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/STATISTICS=DESCRIPTIVE SCALE
/SUMMARY=TOTAL MEANS VARIANCE COV CORR.

```

## Scale: ALL VARIABLES

## Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	15	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	15	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

## Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.730	.715	4



## Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
VAR00016	4.4667	.51640	15
VAR00017	4.8667	.35187	15
VAR00018	4.8000	.41404	15
VAR00019	4.6667	.61721	15

## Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00016	23.9333	2.067	.622	.651	.639
VAR00017	23.5333	2.410	.663	.734	.652
VAR00018	23.6000	2.543	.411	.643	.707
VAR00019	23.7333	1.924	.556	.531	.668

## VARIABEL TERIKAT Y (KINERJA TENAGA PENJUAL)

## Reliability

RELIABILITY

```

/VARIABLES=VAR00020 VAR00021 VAR00022 VAR00023
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/STATISTICS=DESCRIPTIVE SCALE
/SUMMARY=TOTAL MEANS VARIANCE COV CORR.

```

## Scale: ALL VARIABLES

## Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	15	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	15	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

## Reliability Statistics

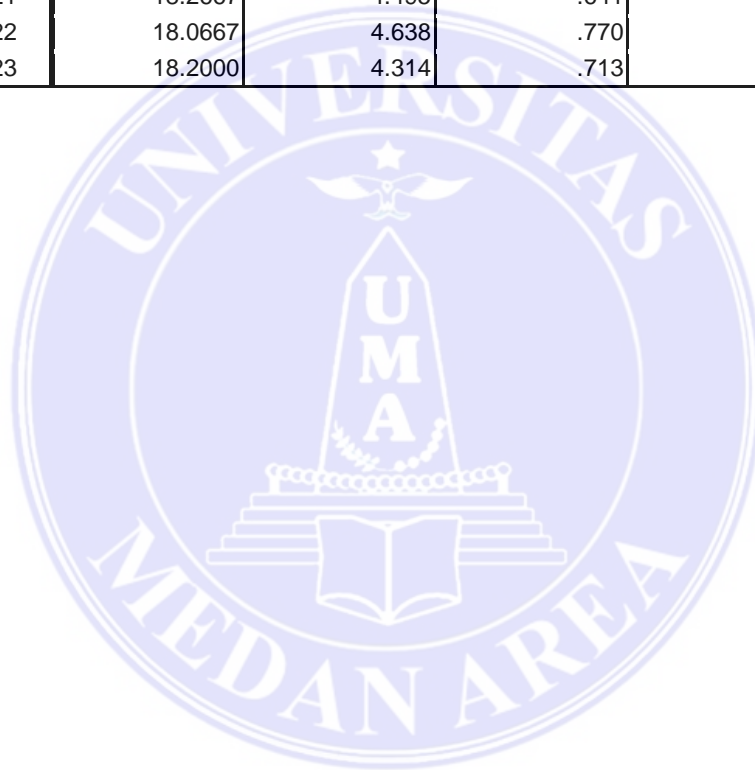
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.819	.821	4

**Item Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
VAR00020	4.6000	.63246	15
VAR00021	4.4667	.74322	15
VAR00022	4.6667	.61721	15
VAR00023	4.5333	.74322	15

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00020	18.1333	5.410	.427	.535	.831
VAR00021	18.2667	4.495	.641	.886	.774
VAR00022	18.0667	4.638	.770	.631	.742
VAR00023	18.2000	4.314	.713	.899	.751



## Lampiran 4

**DISTRIBUSI JAWABAN RESPONDEN PENELITIAN**

<b>VARIABEL BEBAS X1 (BAKAT PENJUALAN)</b>					
No.	P1	P2	P3	P4	Total Skor
1	5	5	5	5	20
2	4	4	4	4	16
3	5	5	5	5	20
4	3	5	4	5	17
5	4	5	2	3	14
6	4	4	4	5	17
7	3	3	3	4	13
8	4	5	4	5	18
9	5	3	3	5	16
10	5	4	5	5	19
11	5	5	4	5	19
12	4	3	4	5	16
13	3	3	4	4	14
14	3	4	2	4	13
15	4	5	3	4	16
16	3	4	3	3	13
17	5	4	4	4	17
18	4	4	4	5	17
19	4	5	4	4	17
20	5	5	5	5	20
21	4	3	4	5	16
22	4	3	3	3	13
23	5	5	5	5	20
24	5	3	4	5	17
25	5	5	5	5	20
26	5	5	4	4	18
27	5	4	3	5	17
28	4	4	4	4	16
29	4	4	4	4	16
30	5	3	3	3	14
31	4	3	4	4	15
32	5	5	4	5	19
33	5	4	4	2	15
34	4	4	2	2	12
35	5	3	3	3	14
36	4	5	5	5	19
37	5	5	5	2	17
38	4	4	5	5	18
39	4	3	4	3	14
40	2	5	5	5	17
41	4	4	5	5	18

## Lanjutan Variabel Bebas X1 Bakat Penjualan

42	5	5	5	5	20
43	4	4	4	4	16
44	5	5	5	5	20
45	3	5	4	5	17
46	4	5	2	3	14
47	4	4	4	5	17
48	3	3	3	4	13
49	4	5	4	5	18
50	5	3	3	5	16
51	5	4	5	5	19
52	5	5	4	5	19
53	4	3	4	5	16
54	3	3	4	4	14
55	3	4	2	4	13
56	4	5	3	4	16
57	3	4	3	3	13
58	5	4	4	4	17
59	4	4	4	5	17
60	4	5	4	4	17

**VARIABEL BEBAS X2 (PERSEPSI PERAN)**

No.	P5	P6	P7	P8	P9	Total Skor
1	5	2	3	5	4	19
2	5	4	5	3	2	19
3	5	5	5	5	4	24
4	5	3	3	3	3	17
5	4	5	3	3	5	20
6	5	4	4	4	4	21
7	4	3	4	4	4	19
8	4	4	5	4	3	20
9	3	4	5	5	5	22
10	4	4	4	4	3	19
11	4	3	3	4	4	18
12	4	4	4	4	4	20
13	4	4	4	4	4	20
14	4	3	4	4	4	19
15	4	4	4	5	3	20
16	5	4	4	4	4	21
17	4	4	3	4	2	17
18	4	4	3	4	3	18
19	4	5	4	4	3	20
20	4	3	5	5	5	22

Lanjutan Variabel Bebas X2 Persepsi Peran						
21	3	4	5	5	5	22
22	3	3	4	4	4	18
23	3	4	5	5	5	22
24	5	3	4	4	4	20
25	3	4	5	5	5	22
26	5	5	5	5	4	24
27	3	5	5	5	5	23
28	4	5	5	5	5	24
29	3	3	3	4	3	16
30	3	3	4	3	4	17
31	4	4	4	3	3	18
32	4	5	5	5	5	24
33	4	4	4	5	5	22
34	2	5	5	5	5	22
35	4	3	4	4	5	20
36	4	4	4	4	4	20
37	2	2	2	4	3	13
38	3	4	5	3	3	18
39	4	5	4	4	4	21
40	5	5	4	4	5	23
41	5	5	5	4	4	23
42	5	2	3	5	4	19
43	5	4	5	3	2	19
44	5	5	5	5	4	24
45	5	3	3	3	3	17
46	4	5	3	3	5	20
47	5	4	4	4	4	21
48	4	3	4	4	4	19
49	4	4	5	4	3	20
50	3	4	5	5	5	22
51	4	4	4	4	3	19
52	4	3	3	4	4	18
53	4	4	4	4	4	20
54	4	4	4	4	4	20
55	4	3	4	4	4	19
56	4	4	4	5	3	20
57	5	4	4	4	4	21
58	4	4	3	4	2	17
59	4	4	3	4	3	18
60	4	5	4	4	3	20

VARIABEL BEBAS X3 (TINGKAT KEAHLIAN)							
No.	P10	P11	P12	P13	P14	P15	Total Skor
1	5	5	2	5	5	5	27
2	4	5	4	4	4	4	25
3	5	5	5	5	5	5	30
4	3	4	4	4	4	4	23
5	3	4	3	4	4	4	22
6	4	4	4	4	4	5	25
7	3	4	4	4	4	4	23
8	4	5	4	5	4	5	27
9	5	4	4	5	5	5	28
10	3	4	5	4	4	4	24
11	3	4	4	4	4	4	23
12	2	4	4	4	4	4	22
13	4	4	4	4	4	4	24
14	3	4	3	4	4	4	22
15	3	4	4	4	4	4	23
16	4	4	4	4	4	4	24
17	4	4	4	4	4	4	24
18	3	4	4	4	4	4	23
19	3	4	4	3	4	5	23
20	5	4	5	5	5	5	29
21	5	4	4	5	5	4	27
22	4	3	4	3	3	4	21
23	3	5	4	4	5	5	26
24	4	4	3	4	4	4	23
25	5	5	5	5	5	5	30
26	3	4	4	4	5	4	24
27	5	4	4	5	4	5	27
28	5	5	5	5	4	5	29
29	4	4	2	4	3	4	21
30	4	4	3	3	3	3	20
31	3	4	4	4	4	4	23
32	5	5	5	5	5	5	30
33	5	4	5	5	4	5	28
34	5	3	3	3	5	4	23
35	5	4	4	4	4	4	25
36	4	4	4	5	4	4	25
37	4	3	3	3	3	4	20
38	3	3	4	4	4	4	22
39	4	4	4	4	4	4	24
40	5	4	4	4	4	5	26
41	3	5	5	5	4	4	26
42	5	5	2	5	5	5	27
43	4	5	4	4	4	4	25
44	5	5	5	5	5	5	30
45	3	4	4	4	4	4	23



Lanjutan Variabel Bebas X3 Tingkat Keahlian							
46	3	4	3	4	4	4	22
47	4	4	4	4	4	5	25
48	3	4	4	4	4	4	23
49	4	5	4	5	4	5	27
50	5	4	4	5	5	5	28
51	3	4	5	4	4	4	24
52	3	4	4	4	4	4	23
53	2	4	4	4	4	4	22
54	4	4	4	4	4	4	24
55	3	4	3	4	4	4	22
56	3	4	4	4	4	4	23
57	4	4	4	4	4	4	24
58	4	4	4	4	4	4	24
59	3	4	4	4	4	4	23
60	3	4	4	3	4	5	23

VARIABEL BEBAS X4 (KEPRIBADIAN)					
No.	P16	P17	P18	P19	Total Skor
1	5	5	5	4	19
2	4	4	4	4	16
3	5	5	5	5	20
4	4	3	4	4	15
5	4	4	4	4	16
6	4	5	4	4	17
7	4	4	4	4	16
8	5	4	4	4	17
9	5	4	5	4	18
10	4	4	5	5	18
11	5	5	4	4	18
12	4	4	4	4	16
13	4	4	4	4	16
14	4	3	4	3	14
15	4	4	4	4	16
16	4	4	4	3	15
17	4	4	4	4	16
18	4	4	4	4	16
19	4	3	4	4	15
20	5	5	5	4	19
21	4	5	5	4	18
22	4	4	5	3	16
23	5	5	4	4	18
24	5	5	4	4	18
25	5	5	5	4	19
26	4	5	5	5	19

Lanjutan Variabel Bebas X4 Kepribadian					
27	4	5	4	5	18
28	5	4	5	5	19
29	4	3	5	4	16
30	4	5	4	4	17
31	4	4	3	4	15
32	5	5	5	5	20
33	4	4	4	5	17
34	4	5	5	4	18
35	4	5	4	4	17
36	4	4	4	5	17
37	4	4	4	4	16
38	4	3	4	4	15
39	5	4	5	5	19
40	5	5	5	5	20
41	4	4	5	5	18
42	5	5	5	4	19
43	4	4	4	4	16
44	5	5	5	5	20
45	4	3	4	4	15
46	4	4	4	4	16
47	4	5	4	4	17
48	4	4	4	4	16
49	5	4	4	4	17
50	5	4	5	4	18
51	4	4	5	5	18
52	5	5	4	4	18
53	4	4	4	4	16
54	4	4	4	4	16
55	4	3	4	3	14
56	4	4	4	4	16
57	4	4	4	3	15
58	4	4	4	4	16
59	4	4	4	4	16
60	4	3	4	4	15

<b>VARIABEL TERIKAT Y KINERJA TENAGA PENJUAL</b>					
No.	P20	P21	P22	P23	Total Skor
1	5	5	5	5	20
2	4	4	4	4	16
3	5	5	5	5	20
4	3	3	5	5	16
5	4	4	5	3	16
6	5	4	4	5	18
7	3	3	3	4	13
8	4	4	5	5	18
9	4	5	3	5	17
10	4	5	4	5	18
11	4	5	5	5	19
12	4	4	3	5	16
13	4	3	3	4	14
14	3	3	4	4	14
15	4	4	5	4	17
16	4	3	4	3	14
17	4	5	4	4	17
18	4	4	4	5	17
19	4	4	5	4	17
20	5	5	5	5	20
21	4	4	3	5	16
22	3	4	3	3	13
23	5	5	5	5	20
24	5	5	3	5	18
25	4	5	5	5	19
26	4	5	5	4	18
27	4	5	4	5	18
28	4	4	4	4	16
29	4	4	4	4	16
30	4	5	3	3	15
31	3	4	3	4	14
32	5	5	5	5	20
33	4	5	4	2	15
34	5	4	4	2	15
35	4	5	3	3	15
36	4	4	5	5	18
37	4	5	5	2	16
38	4	4	4	5	17
39	2	4	3	3	12
40	5	2	5	5	17
41	5	4	4	5	18
42	5	5	5	5	20
43	4	4	4	4	16
44	5	5	5	5	20
45	3	3	5	5	16

Lanjutan Variabel Bebas Y Kinerja					
46	4	4	5	3	16
47	5	4	4	5	18
48	3	3	3	4	13
49	4	4	5	5	18
50	4	5	3	5	17
51	4	5	4	5	18
52	4	5	5	5	19
53	4	4	3	5	16
54	4	3	3	4	14
55	3	3	4	4	14
56	4	4	5	4	17
57	4	3	4	3	14
58	4	5	4	4	17
59	4	4	4	5	17
60	4	4	5	4	17



## Lampiran 5

**FREKUENSI JAWABAN RESPONDEN PENELITIAN****FREKUENSI VARIABEL BEBAS X<sub>1</sub>**

FREQUENCIES VARIABLES=VAR00001 VAR00002 VAR00003 VAR00004  
/ORDER=ANALYSIS.

VAR00001

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.7	1.7	1.7
	3	10	16.7	16.7	18.3
	4	26	43.3	43.3	61.7
	5	23	38.3	38.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

VAR00002

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	15	25.0	25.0	25.0
	4	21	35.0	35.0	60.0
	5	24	40.0	40.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

VAR00003

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	5	8.3	8.3	8.3
	3	12	20.0	20.0	28.3
	4	29	48.3	48.3	76.7
	5	14	23.3	23.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

VAR00004

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	3	5.0	5.0	5.0
	3	8	13.3	13.3	18.3
	4	18	30.0	30.0	48.3
	5	31	51.7	51.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

**FREKUENSI VARIABEL BEBAS X<sub>2</sub>**

FREQUENCIES VARIABLES=VAR00005 VAR00006 VAR00007 VAR00008 VAR00009  
/ORDER=ANALYSIS.

VAR00005

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	3.3	3.3	3.3
	3	10	16.7	16.7	20.0
	4	32	53.3	53.3	73.3
	5	16	26.7	26.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

VAR00006

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	3	5.0	5.0	5.0
	3	14	23.3	23.3	28.3
	4	29	48.3	48.3	76.7
	5	14	23.3	23.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

VAR00007

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.7	1.7	1.7
	3	13	21.7	21.7	23.3
	4	27	45.0	45.0	68.3
	5	19	31.7	31.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

VAR00008

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	9	15.0	15.0	15.0
	4	33	55.0	55.0	70.0
	5	18	30.0	30.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	



VAR00009

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	4	6.7	6.7	6.7
	3	16	26.7	26.7	33.3
	4	25	41.7	41.7	75.0
	5	15	25.0	25.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

### FREKUENSI VARIABEL BEBAS X<sub>3</sub>

FREQUENCIES VARIABLES=VAR00010 VAR00011 VAR00012 VAR00013 VAR00014 VAR00015  
 /ORDER=ANALYSIS.

VAR00010

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	3.3	3.3	3.3
	3	23	38.3	38.3	41.7
	4	19	31.7	31.7	73.3
	5	16	26.7	26.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

VAR00011

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	4	6.7	6.7	6.7
	4	43	71.7	71.7	78.3
	5	13	21.7	21.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

VAR00012

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	3	5.0	5.0	5.0
	3	8	13.3	13.3	18.3
	4	39	65.0	65.0	83.3
	5	10	16.7	16.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

VAR00013

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	6	10.0	10.0	10.0
	4	37	61.7	61.7	71.7
	5	17	28.3	28.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

VAR00014

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	4	6.7	6.7	6.7
	4	43	71.7	71.7	78.3
	5	13	21.7	21.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

VAR00015

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	1	1.7	1.7	1.7
	4	39	65.0	65.0	66.7
	5	20	33.3	33.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

### FREKUENSI VARIABEL BEBAS X<sub>4</sub>

FREQUENCIES VARIABLES=VAR00016 VAR00017 VAR00018 VAR00019  
/ORDER=ANALYSIS.

VAR00016

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	42	70.0	70.0	70.0
	5	18	30.0	30.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

VAR00017

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	8	13.3	13.3	13.3
	4	32	53.3	53.3	66.7
	5	20	33.3	33.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

VAR00018

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	1	1.7	1.7	1.7
	4	39	65.0	65.0	66.7
	5	20	33.3	33.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

VAR00019

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	5	8.3	8.3	8.3
	4	42	70.0	70.0	78.3
	5	13	21.7	21.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

### FREKUENSI VARIABEL TERIKAT Y

FREQUENCIES VARIABLES=VAR00020 VAR00021 VAR00022 VAR00023  
/ORDER=ANALYSIS.

VAR00020

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.7	1.7	1.7
	3	8	13.3	13.3	15.0
	4	38	63.3	63.3	78.3
	5	13	21.7	21.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

VAR00021

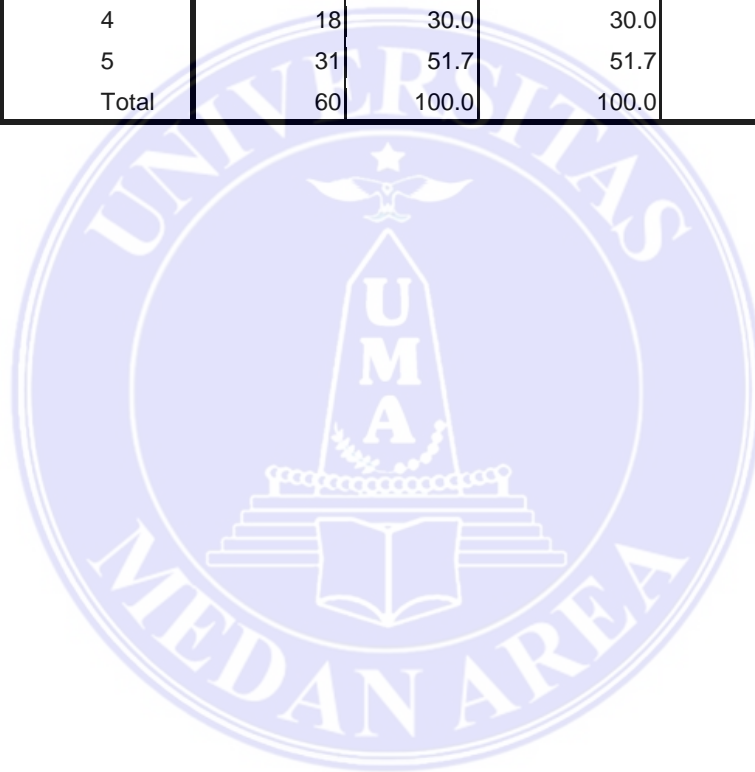
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.7	1.7	1.7
	3	10	16.7	16.7	18.3
	4	26	43.3	43.3	61.7
	5	23	38.3	38.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

VAR00022

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	15	25.0	25.0	25.0
	4	21	35.0	35.0	60.0
	5	24	40.0	40.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

VAR00023

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	3	5.0	5.0	5.0
	3	8	13.3	13.3	18.3
	4	18	30.0	30.0	48.3
	5	31	51.7	51.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	



## Lampiran 6

## HASIL PENGOLAHAN DATA STATISTIK

## Regression

```

REGRESSION
  /MISSING LISTWISE
  /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
  /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
  /NOORIGIN
  /DEPENDENT Y
  /METHOD=ENTER X1 X2 X3 X4
  /SCATTERPLOT=(*ZPRED ,*ZRESID)
  /RESIDUALS HIST(ZRESID) NORM(ZRESID) .

```

Variables Entered/Removed<sup>b</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Bakat Penjualan, Persepsi Peran, Tingkat Keahlian, Kepribadian <sup>a</sup>		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Kinerja Tenaga Penjual

## Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.758 <sup>a</sup>	.618	.612	.56736

a. Predictors: (Constant), Bakat Penjualan, Persepsi Peran, Tingkat Keahlian, Kepribadian

ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	249.175	5	49.835	54.815	.000 <sup>a</sup>
	Residual	22.211	69	.322		
	Total	271.387	74			

a. Predictors: (Constant), Bakat Penjualan, Persepsi Peran, Tingkat Keahlian, Kepribadian

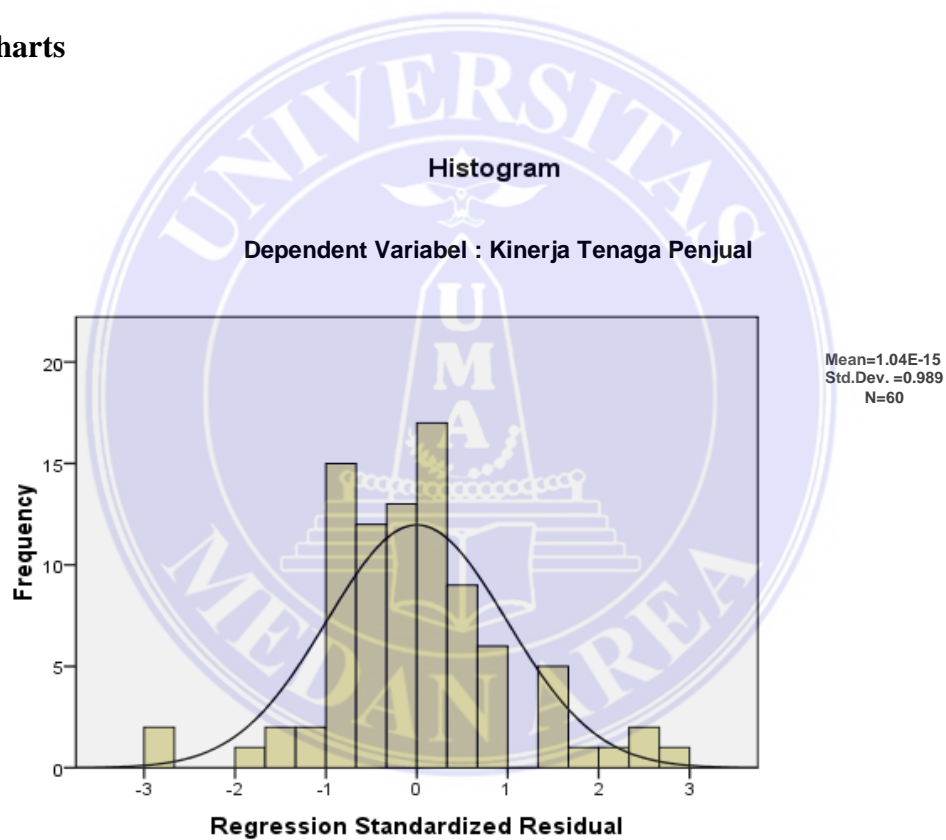
b. Dependent Variable: Kinerja Tenaga Penjual

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.607	2.783		18.023	.000
	Bakat Penjualan	.417	.051	.501	5.215	.000
	Persepsi Peran	.349	.042	.417	4.387	.001
	Tingkat Keahlian	.595	.071	.533	6.785	.000
	Kepribadian	.357	.047	.466	4.522	.001

a. Dependent Variable: Kinerja Tenaga Penjual

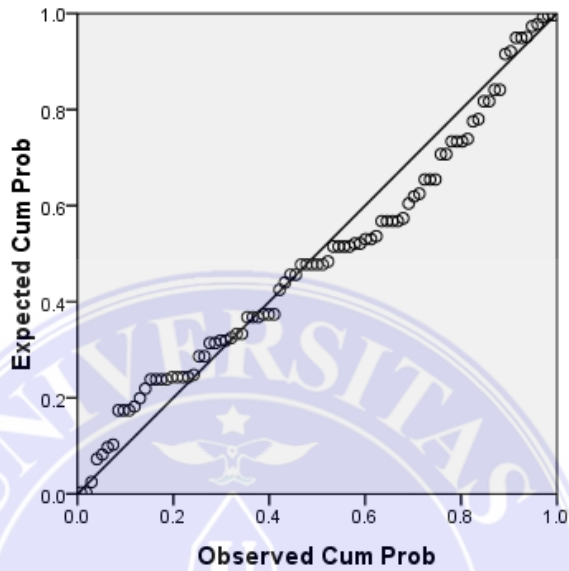
## Charts





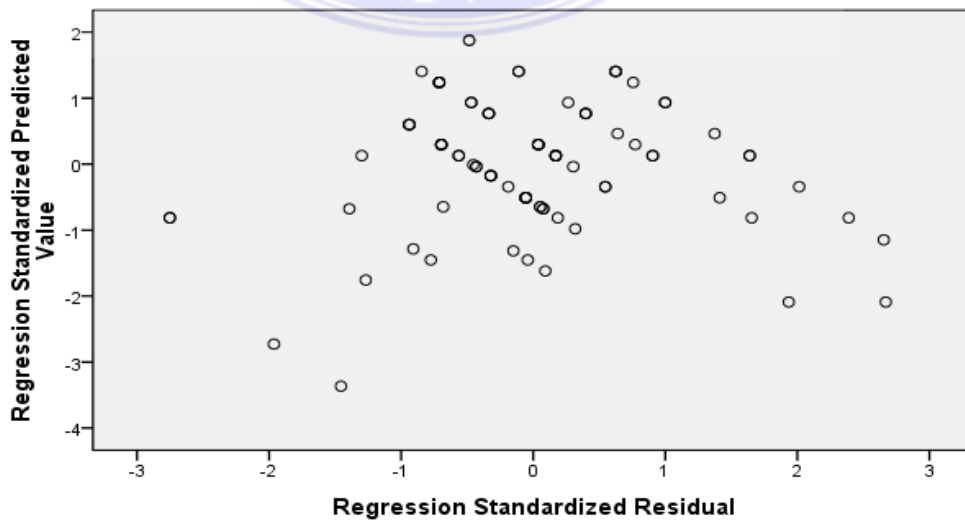
Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variabel : Kinerja Tenaga Penjual



Scatterplot

Dependent Variabel : Kinerja Tenaga Penjual



**Tests of Normality**

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Kinerja Tenaga Penjual	.212	60	.000	.884	60	.000
Bakat Penjualan	.184	60	.000	.909	60	.000
Persepsi Peran	.186	60	.000	.932	60	.000
Tingkat Keahlian	.122	60	.001	.955	60	.002
Kepribadian	.164	60	.000	.929	60	.000

a. Lilliefors Significance Correction



## Lampiran 7

TABEL NILAI – NILAI DALAM DISTRIBUSI t

dk	Derajat signifikasi untuk One-Tailed Test					
	0,10	0,05	0,025	0,01	0,005	0,0005
	Derajat signifikasi untuk Two-Tailed Test					
	0,20	0,10	0,05	0,02	0,01	0,001
1	3,078	6,314	12,706	31,821	63,657	636,619
2	1,886	2,920	4,303	6,965	9,925	31,598
3	1,638	2,353	3,182	4,541	5,841	12,598
4	1,533	2,132	2,776	3,747	4,604	8,610
5	1,476	2,015	2,571	3,365	4,032	6,859
6	1,440	1,943	2,447	3,143	3,707	5,959
7	1,415	1,895	2,365	2,998	3,499	5,405
8	1,397	1,860	2,306	2,896	3,355	5,041
9	1,383	1,833	2,262	2,821	3,250	4781
10	1,372	1,812	2,228	2,764	3,169	4,587
11	1,363	1,796	2,201	2,718	3,106	4,437
12	1,356	1,782	2,179	2,681	3,055	4,318
13	1,350	1,771	2,160	2,650	3,012	4,221
14	1,345	1,761	2,145	2,624	2,977	4,140
15	1,341	1,753	2,131	2,602	2,947	4,073
16	1,337	1,746	2,120	2,583	2,921	4,015
17	1,333	1,740	2,110	2,567	2,898	3,965
18	1,330	1,734	2,101	2,552	2,878	3,933
19	1,328	1,729	2,093	2,539	2,861	3,883
20	1,325	1,725	2,086	2,528	2,845	3,850
21	1,323	1,721	2,080	2,518	2,831	3,819
22	1,321	1,717	2,074	2,508	2,819	3,792
23	1,319	1,714	2,069	2,500	2,807	3,767
24	1,318	1,711	2,064	2,492	2,797	3,745
25	1,316	1,708	2,060	2,485	2,787	3,725
26	1,315	1,706	2,056	2,479	2,779	3,707
27	1,314	1,703	2,052	2,473	2,771	3,690
28	1,313	1,701	2,048	2,467	2,763	3,674
29	1,311	1,699	2,045	2,462	2,756	3,659
30	1,310	1,697	2,042	2,457	2,750	3,646
40	1,303	1,684	2,021	2,423	2,704	3,551
60	1,296	1,671	2,000	2,390	2,660	3,460
120	1,289	1,658	1,980	2,358	2,617	3,373
-	1,282	1,645	1,960	2,326	2,576	3,297

Sumber : Sugiyono 2012

LAMPIRAN 8

TABEL UJI F

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	2.48	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	2.48	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