

SKRIPSI

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI SALES SKILL PADA SURAT KABAR PEKANBARU POS



OLEH :

MUHAMMAD RIDHA
NIM. 10571001849

PROGRAM S1

JURUSAN MANAJEMEN

**FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN SYARIF KASIM
PEKANBARU
2012**

SKRIPSI

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI SALES SKILL PADA SURAT KABAR PEKANBARU POS

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mengikuti Ujian Oral Comprehensive
Sarjana Lengkap Pada Program S1 Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau



OLEH :

MUHAMMAD RIDHA

NIM. 10571001849

JURUSAN MANAJEMEN

**FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN SYARIF KASIM
PEKANBARU**

2012

ABSTRAK

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI SALES SKILL PADA SURAT KABAR PEKANBARU POS

OLEH :

MUHAMMAD RIDHA

Sales atau tenaga penjual memegang peranan penting dalam membantu perusahaan dalam menerapkan strategi perusahaan yang berorientasi pada pembeli sasaran. Hal ini disebabkan karena Sales merupakan ujung tombak upaya perusahaan mendekati pembeli sasaran dan mendekatkan produk kepada mereka. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi Sales Skill pada Surat Kabar Pekanbaru Pos.

Populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan tenaga sales yang bekerja pada PT. Pekanbaru Pos. Teknik pengambilan sampel dengan metode pengambilan sampel jenuh atau sampel sensus. Adapun cara pengambilan data yaitu dengan membagikan kuesioner kepada tenaga sales yang bekerja pada PT. Pekanbaru Pos.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa faktor penampilan, pengetahuan produk (Product Knowledge), Pengalaman, dan Negosiasi mempengaruhi Sales Skill pada Surat Kabar Pekanbaru Pos. Adapun model regresi linier berganda yang diperoleh yaitu $Y = 1.752 + 0,103 X_1 + 0,135 X_2 + 0,041 X_3 + 0,410 X_4 + e$. Variabel negosiasi merupakan variabel yang dominan pengaruhnya terhadap Sales Skill dengan persentase pengaruhnya sebesar 4,10% dan persentase keputusan responden mengenai variabel negosiasi sebesar 54 %.

Kata kunci : Penampilan, Pengetahuan Produk (Product Knowledge), Pengalaman, Negosiasi.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji dan syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia yang diberikan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul :
“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Sales Skill Pada Surat Kabar Pekanbaru Pos”.

Tujuan penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh Gelar Sarjana Lengkap pada Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Jurusan Manajemen di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Penulis Menyadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dan masih banyak kelemahannya, untuk itu penulis menerima dengan senang hati segala kritikan dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, dorongan dan bantuan dari berbagai pihak kepada penulis. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ayahanda Syahril dan Ibunda Efindesni yang tak pernah lelah membina, membesarkanku dengan kasih sayang, dan memberikan dorongan moril, materil, dan spiritual sehingga penulis dapat menjadi orang yang berpendidikan.
2. Buat adik-adikku tercinta Dian Fauzia Rahmi dan Intan Putri Marhammah, terimakasih banyak atas do'a, dorongan semangat dan motivasinya.

3. Bapak Dr. Mahendra Romus,SP, M,Ec selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Bapak Dr. Mahendra Romus,SP, M,Ec selaku Ketua Jurusan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru.
5. Bapak Riki Hanri Malau,SE, MM selaku pembimbing yang telah memberikan pengarahannya dan bimbingan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu dosen jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah banyak memberikan ilmu yang tidak dapat dinilai dengan materi, dan kepada Staf Karyawan Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau atas segala bantuan yang telah diberikan selama penulis dalam masa perkuliahan.
7. Pimpinan beserta seluruh jajaran PT. Pekanbaru Pos yang telah banyak memberikan bantuan dalam penyusunan skripsi ini terutama bantuan data, informasi, dan wawancara.
8. Sahabat-sahabatku BamsLay, Novriadi, Basit, Resky V, Weldi, Adi Oweng, Yusrul, Romi, Ucup, Wak Iman S, Bang Mail, Wilki, Darman dan seluruh temanku Manajemen B angkatan 2005.
9. Teman-teman Kos KB. Community yang selalu memberikan motivasi dan semangat kepada penulis.

Semoga semua bantuan, dukungan dan doa yang telah diberikan menjadi amal baik yang akan mendapatkan balasan dari Allah SWT berupa pahala. Semoga skripsi ini dapat berguna dan dapat dimanfaatkan sebaik-baiknya oleh pihak-pihak yang membutuhkan.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pekanbaru, Mei 2012

MUHAMMAD RIDHA
NIM. 10571001849

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
BAB I	PENDAHULUAN
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	5
D. Sistematika Penulisan.....	6
BAB II	TINJAUAN PUSTAKA
A. Penampilan.....	8
B. Pengetahuan Tentang Produk.....	9
C. Pengalaman.....	11
D. Negosiasi.....	17
E. Penjualan Yang Diukur Dengan Kinerja.....	19
F. Kinerja Dalam Tinjauan Islam.....	23
G. Penelitian Terdahulu.....	26
H. Hipotesis.....	27
I. Variabel Penelitian.....	27
BAB III	METODE PENELITIAN
A. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	28
B. Jenis dan Sumber Data.....	28
C. Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel.....	28
D. Teknik Pengumpulan Data.....	29
E. Pengolahan Data.....	30
F. Instrumen Penelitian.....	30
G. Uji Asumsi Klasik.....	31
H. Analisis Data.....	35
I. Uji F (F Test).....	35
J. Uji T (Persial).....	36

	K. Analisis Korelasi R.....	36
	L. Koefisien Korelasi Determinasi Berganda (R square)..	36
BAB IV	GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	
	A. Sejarah Singkat Perusahaan.....	37
	B. Lokasi Perusahaan.....	38
	C. Bentuk Hukum Perusahaan.....	38
	D. Struktur Organisasi.....	38
	E. Aktifitas Perusahaan.....	41
BAB V	PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
	A. Deskripsi Karakteristik Responden.....	42
	B. Deskripsi Variabel Penelitian.....	43
	C. Uji Reabilitas dan Validitas Data.....	64
	D. Uji Asumsi Klasik.....	67
	E. Uji Regresi Linier.....	69
	F. Uji T.....	71
	G. Uji F.....	73
	H. Analisis Korelasi R.....	73
	I. Koefisien Korelasi Determinasi Berganda (R square)....	74
BAB VI	KESIMPULAN DAN SARAN	
	A. Kesimpulan.....	75
	B. Saran.....	76
	DAFTAR PUSTAKA.....	77
	LAMPIRAN.....	xi
	BIOGRAFI.....	

DAFTAR TABEL

Tabel V.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
Tabel V.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	42
Tabel V.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	43
Tabel V.4	Tanggapan responden mengenai pernyataan Penampilan merupakan hal yang dianjurkan pada PT. Pekanbaru Pos.....	44
Tabel V.5	Tanggapan responden mengenai pernyataan Masyarakat tertarik melihat penampilan dari sales PT. Pekanbaru Pos	45
Tabel V.6	Tanggapan responden mengenai pernyataan Penampilan anda sudah sesuai dengan apa yang dianjurkan pada PT. Pekanbaru Pos.	45
Tabel V.7	Tanggapan responden mengenai pernyataan Penampilan anda meningkatkan penjualan pada PT. Pekanbaru Pos	46
Tabel V.8	Tanggapan responden mengenai pernyataan Penampilan anda sudah sesuai dengan apa yang dianjurkan pada PT. Pekanbaru Pos	46
Tabel V.9	Rekapitulasi Variabel Penampilan (X1).....	47
Tabel V.10	Tanggapan responden mengenai pernyataan anda memahami teori yang berkaitan dengan pekerjaan anda dengan baik	48
Tabel V.11	Tanggapan responden mengenai pernyataan anda memahami semua aturan yang berkaitan terhadap pekerjaan dengan baik.	48

Tabel V.12	Tanggapan responden mengenai pernyataan anda memiliki pengetahuan dalam hal pelayanan yang baik dalam bidang pekerjaan yang anda lakukan.	49
Tabel V.13	Tanggapan responden mengenai pernyataan anda dapat berpikir kreatif dalam melaksanakan pekerjaan	49
Tabel V.14	Tanggapan responden mengenai pernyataan anda dapat memberikan ide yang baik dalam bekerja.	50
Tabel V. 15	Rekapitulasi Variabel Pengetahuan Produk (X2)	51
Tabel V.16	Tanggapan responden mengenai pernyataan anda memiliki pengalaman dalam bidang pekerjaan anda.	52
Tabel V.17	Tanggapan responden mengenai pernyataan anda selalu bertanya kepada senior anda dalam pekerjaan yang anda lakukan	53
Tabel V.18	Tanggapan responden mengenai pernyataan anda belajar dari pengalaman masa lalu anda.	53
Tabel V.19	Tanggapan responden mengenai pernyataan anda mampu menerapkan pengalaman anda pada bidang pekerjaan yang anda lakukan.	54
Tabel V.20	Tanggapan responden mengenai pernyataan perusahaan anda selalu belajar pada pengalaman.	54
Tabel V. 21	Rekapitulasi Variabel Pengalaman(X3)	55
Tabel V.22	Tanggapan responden mengenai pernyataan Anda mampu bernegosiasi dengan baik.	56

Tabel V.23	Tanggapan responden mengenai pernyataan Perusahaan anda selalu mengajarkan teknik negosiasi yang baik.	57
Tabel V.24	Tanggapan responden mengenai pernyataan Anda selalu mengedepankan dalam hal negosiasi.	57
Tabel V.25	Tanggapan responden mengenai pernyataan Pimpinan anda selalu mengedepankan negosiasi	58
Tabel V.26	Tanggapan responden mengenai pernyataan Anda mengerti dengan apa yang dimaksud dengan negosiasi	58
Tabel V. 27	Rekapitulasi Variabel Negosiasi(X4)	59
Tabel V.28	Tanggapan responden mengenai pernyataan Anda mampu bekerja sama dengan rekan kerja.	60
Tabel V.29	Tanggapan responden mengenai pernyataan Anda mampu memecahkan masalah yang terjadi dalam pekerjaan.	60
Tabel V.30	Tanggapan responden mengenai pernyataan Anda memiliki kemampuan berkomunikasi secara baik dengan kerja.	61
Tabel V.31	Tanggapan responden mengenai pernyataan Semakin besar beban yang diberikan perusahaan kepada saya semakin besar tanggung jawab yang saya terima.	61
Tabel V.32	Tanggapan responden mengenai pernyataan Saya selalu mengedepankan skill saya dalam meningkat volume penjualan saya	62
Tabel V. 33	Rekapitulasi Variabel Sales skill(Y)	63
Tabel V.34	Hasil Uji Reliabilitas Menggunakan Uji Cronbach Alpha	64

Tabel V. 35	Hasil Analisis Validitas Angket Untuk Variabel Sales Skill (Y)..	64
Tabel V. 36	Hasil Analisis Validitas Angket Untuk Variabel Penampilan (X ₁)	65
Tabel V. 37	Hasil Analisis Validitas Angket Untuk Variabel Pengetahuan Produk (X ₂).....	65
Tabel V. 38	Hasil Analisis Angket Untuk Variabel Pengalaman (X ₃).....	66
Tabel V.39	Hasil Analisis Validitas Angket Untuk Variabel Negosiasi (X ₄)..	66
Tabel V.40.	Hasil uji normalitas.....	67
Tabel V.41	Hasil uji Autokorelasi.....	67
Tabel V. 42	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	68
Tabel V. 43	Hasil Analisis Koefisien Regresi Linear Berganda	69
Tabel V. 44	Koefisien Regresi Variabel Bebas Secara Parsial Terhadap (Variabel Terikat).....	71

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Prestasi kerja karyawan merupakan bagian penting dari seluruh proses karyawan yang bersangkutan dalam suatu perusahaan, dimana tenaga kerja sangat mendukung maju mundurnya perkembangan perusahaan. Oleh karena itu manajemen perusahaan benar-benar memperhatikan kualitas sumber daya keryawannya dalam proses bekerja.

Sales Executives dengan *Salesmanship* atau keahlian menjual yang handal memegang peranan penting dalam membantu perusahaan menerapkan strategi pemasaran yang berorientasi pada pembeli sasaran. Hal ini disebabkan karena mereka ujung tombak upaya perusahaan mendekati pembeli sasaran dan mendekatkan produk kepada mereka.

Dalam dunia bisnis modern nama jabatan *Sales Executives* beraneka ragam, seperti *Sales Engineer*, *Marketing Executives*, *Account Executives*, *Account Officer*, *Detailman* dan masih banyak yang lain.

Pada sebuah perusahaan yang melakukan pemasaran produknya dengan menggunakan tenaga (*Sales Executives*), maka asset yang menjadi kunci keberhasilan suatu perusahaan dalam mencapai tujuan dan sasarannya adalah kinerja tenaga penjual (*Sales Executivees*) tersebut. Apabila kinerja *Sales Executives* tersebut rendah, maka target yang telah ditentukan oleh perusahaan tersebut akan sangat sulit dicapai. Dan sebaliknya apabila kinerja dari *Sales*

Executives yang dimiliki oleh perusahaan tersebut baik dan mencapai kesempurnaan, maka tidak mustahil target dan sasaran yang telah ditetapkan oleh perusahaan tersebut akan tercapai. Banyak pakar yang mengutarakan keberhasilan program penjualan produk perusahaan dipengaruhi oleh keberhasilan perusahaan yang mempekerjakan *Sales Executives* atau tim *Sales Executives* yang berkualitas.

Menjual berarti melayani lebih dulu, lalu menjual. Melayani bukan berarti kita mencari muka kepada calon pembeli. Tetapi sebagai penjual kita harus menunjukkan sikap ramah, kebaikan, sikap menolong dan melayani yang membuat pelanggan tidak berpikir kalau kita hanya melakukan penjualan demi komisi.

Menjual berarti melakukan lebih dari yang diwajibkan. Seorang penjual sukses adalah mereka yang rela berkorban, rela menomorduakan diri mereka demi kepuasan pelanggan dalam situasi apapun. Sebagai penjual kita tidak hanya berpikir lebih dari sekedar "jualan, asal laku", tapi kita harus memberikan lebih dari apa yang diwajibkan. Menjual berarti bukan sekedar mengejar komisi, karena menjual merupakan sebuah proses long life learning yang tak terbatas, orang yang berhenti menjual berarti berhenti hidup. Seorang penjual yang andal akan mengarahkan langkahnya dengan menatap ke depan, bukan dengan melihat bagaimana berjalan. Jika kita menjual demi komisi yang dijanjikan perusahaan, kita hanya akan mendapat capek dan cepat putus asa karena kita menjual hanya demi uang yang ada dihadapan kita. Mereka yang sukses, adalah mereka yang rela menginvestasikan sebagian komisi sebagai 'pancing' untuk sebuah cita-cita dan kesuksesan yang lebih tinggi.

Memulai penjualan dengan antusiasme akan mendatangkan keajaiban. Antusiasme adalah modal terbesar yang dapat kita miliki, karena antusiasme membawa kita lebih jauh dari sekedar uang, kekuasaan dan pengaruh. Menjual lebih dari sekedar meyakinkan orang lain, tetapi juga membuat orang suka dan tertarik dengan apa yang kita tawarkan. Rasa suka dan tertarik saja dari calon pembeli belum sempurna jika dalam penjualan tersebut kita belum mendapatkan sebuah komitmen penjualan. Kita akan memperoleh komitmen penjualan dengan sikap kita yang ramah, baik, sopan dan kita akan di percaya oleh pelanggan. Untuk lebih sukses, usahakan pelanggan memberikan refrensi kepada kita, menyampaikan hal-hal baik tentang produk kita dan perusahaan kita atau disebut testimoni. Jika sudah sampai pada tahap ini, maka menjual merupakan hal yang lebih mudah dan lebih efektif.

Seorang penjual yang super sukses, adalah mereka yang tahu apa yang menjadi rintangan dan halangan sebelum mereka mendekati calon pembelinya. Namun jika rintangan yang datang ternyata adalah sesuatu yang asing, maka mereka akan mengakui dan menganggapnya penemuan baru untuk pembelajaran, bukan melakukan penolakan.

Begitu juga dengan *Sales Executives* Pekanbaru Pos, dimana *Sales Executive* nya haruslah mempunyai kualitas sehingga dalam melaksanakan kerja dapat mendukung perkembangannya, sebab apabila sumber daya tidak berkualitas maka dapat mengakibatkan tidak berjalannya proses operasional

perusahaan tersebut bahkan hancur. Oleh karena itu, perlu adanya peningkatan prestasi kerja karyawan dan mendapatkan perhatian khusus.

Untuk meningkatkan prestasi kerja karyawan dapat dilaksanakan berbagai cara diantaranya memberikan gaji, bonus, insentif yang cukup wajar serta penghargaan kepada karyawan yang berprestasi. Namun apabila pimpinan perusahaan tidak dan mengabaikan hal tersebut, maka dapat menurunkan kualitas kerja sehingga efektivitas kerja tidak dapat berjalan sesuai dengan apa yang diharapkan.

Perusahaan Pekanbaru Pos, merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang informasi yaitu surat kabar yang memberikan informasi yang aktual dan faktual kepada masyarakat secara luas baik itu berupa pendidikan, politik, budaya, agama, hiburan dan sebagainya.

Jika dilihat dari perkembangan Pekanbaru Pos dari dahulu sampai sekarang, tidak lepas dari peranan bagian penjualan atau *Sales Executives* yang menjalankan tugasnya untuk menjual berita yang akan disampaikan kepada masyarakat, selain itu sumber daya sales itu sendiri, dimana mereka rata-rata berpendidikan sarjana. Dengan berpendidikan sarjana, maka secara tidak langsung dapat mempengaruhi prestasi kinerja mereka sendiri. Dari penilaian yang diberikan oleh pimpinan terhadap prestasi kerja karyawan merupakan untuk mengetahui bagaimana produktivitas kerja yang telah dilakukan, sebab karyawan Pekanbaru Pos terdiri dari berbagai latar belakang pendidikan.

Usaha yang terus berkembang ini tentu saja merupakan kerja keras yang mengagumkan dari sales dalam rangka meningkatkan kualitas kerja. Hal tersebut

tidak terlepas dari perhatian manajer ataupun pimpinan perusahaan terhadap karyawannya, seperti kompensasi hak dari karyawan-karyawan yang telah ditentukan dalam undang-undang, motivasi kerja karyawan, lingkungan sarana kerja karyawan, kenyamanan kerja, lingkungan yang kondusif dan penilaian terhadap kualitas kerja karyawan.

Bagi karyawan penilaian tersebut berperan sebagai umpan balik tentang berbagai hal seperti kemampuan, ketelitian, kekurangan dan potensinya yang pada gilirannya bermanfaat untuk menentukan tujuan jalur rencana dan pengembangan karirnya.

Dari uraian diatas, maka penulis merasa tertarik untuk meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi sales skill pada surat kabar Pekanbaru Pos dengan judul **“Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi *sales skill* pada surat kabar Pekanbaru Pos”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka untuk mempermudah dalam pembahasan, penulis merumuskan masalah sebagai berikut: **“Faktor-faktor apakah yang mempengaruhi *sales skill* pada surat kabar Pekanbaru Pos”**

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi *sales skill* pada surat kabar Pekanbaru Pos.

Manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Sebagai informasi terutama bagi pimpinan perusahaan dalam mengambil keputusan dan kebijakan-kebijakan demi kelangsungan hidup serta kemajuan dari perusahaan.
2. Untuk menambah dan memperdalam pengetahuan penulis dan sekaligus untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan studi di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri SUSKA Riau.
3. Diharapkan berguna bagi pembaca/masyarakat secara umum tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja.

D. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pemahaman, penulis membaginya menjadi 6 (enam) bab dengan kerangka sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini diuraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat serta sistematika penulisan.

BAB II : TELAAH PUSTAKA

Dalam bab ini dibahas mengenai teori-teori yang terkait dalam objek pembahasan mengenai penampilan, pengetahuan tentang produk, pengalaman, negosiasi, penjualan dan kinerja, kinerja dalam Islam, hipotesis dan variabel penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini diuraikan mengenai lokasi penelitian, waktu penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, teknik pengukuran data serta analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM

Dalam bab ini diuraikan mengenai sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi beserta tugas dan fungsinya dan analisis data.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai hasil penelitian dan pembahasan, dimana penulis akan mengemukakan pembahasan tentang :

“Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi *sales skill* pada surat kabar Pekanbaru Pos”

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini penulis membuat kesimpulan dan saran tentang hasil penelitian yang dapat penulis sampaikan sebagai sumbangan pemikiran yang mungkin berguna bagi penulis, perusahaan dan pembaca.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penampilan

Penampilan adalah citra, citra yang positif tidak lahir dari hanya memiliki satu karakteristik, melainkan dari suatu paket kualitas yang membuat citra unik ini muncul dan bisa dianggap sebagai bagian dari gaya seseorang. Diantaranya meliputi pakaian, postur, senyuman, jabat tangan dan kecerdasan. **(Buhler: 2004: 419)**

Adanya kecenderungan berbusana bisnis santai membuat banyak manajer terjebak dalam pemikiran bahwa etika berbusana tidak penting. Hal ini masih penting. Cara seseorang berbusana mencerminkan banyak hal tentang orang tersebut.

Untuk mencapai keunggulan kompetitif di pasar kerja, kita perlu mengelola kesan yang kita ciptakan. Busana merupakan bagian terpenting dalam manajemen kesan. Busana yang kita kenakan akan menarik perhatian orang lain guna menciptakan kesan pertama yang menyenangkan.

Baik pria maupun wanita sebaiknya menggunakan busana kerja dengan warna-warna netral dan sederhana seperti hitam, abu-abu, hijau tua, coklat dan putih. Aksesori yang digunakan sebaiknya tidak terlalu mencolok tapi penting untuk memperindah busana dan merefleksikan tren mode baru tanpa harus terlalu modis.

Kuncinya adalah memiliki gaya yang klasik bahkan dalam hal uang, usahakan hanya membeli barang-barang yang berkualitas. Barang-barang ini akan awet dan bisa menjadi investasi. Perhatian khusus juga harus diberikan pada sepatu. Sepatu yang usang dan tidak disemir tidak memberikan kesan yang baik. Sepatu yang tumitnya sudah aus seharusnya tidak dipakai. Orang lain akan memperhatikan sepatu dan menyimpulkan seseorang dari sepatu yang dikenakan.

B. Pengetahuan tentang produk

Pengetahuan tentang produk merupakan sarana pendukung keberhasilan sales eksekutif dalam menunaikan tugasnya. Apabila sales eksekutif tidak dapat menjawab pertanyaan calon pembeli tentang produk yang mereka tawarkan secara memuaskan, calon pembeli akan kehilangan minatnya terhadap produk yang ditawarkan. Selain itu, pengetahuan tentang produk pesaing.

Penguasaan pengetahuan tentang produk dapat membantu sales eksekutif dalam lima hal :

1. Mempertebal rasa percaya diri
2. Mampu menanggapi konsumen secara lebih arif
3. Dapat menghindari kesan presentasi penjualan yang terlalu mekanis
4. Merangsang sales eksekutif lebih menyukai pekerjaannya
5. Membuka kesempatan meniti jenjang karir ke atas

(Sutojo:2003:77)

Pengetahuan tentang produk yang secara umum perlu dikuasai oleh sales eksekutif :

1. Informasi tentang latar belakang produk
2. Penampilan produk
3. Komposisi produk
4. Proses pembuatan produk
5. Penggunaan produk
6. Pemeliharaan dan umur teknis produk
7. Harga dan syarat pembayaran
8. Perbandingan produk dengan produk saingan

Pengetahuan tentang produk saingan dapat diperoleh dengan cara-cara sebagai berikut :

1. Meminta bagian produksi membeli produk saingan dan menyelidiki kekuatan dan kelemahan.
2. Mempelajari brosur, label dan iklan produk saingan tentang produk tersebut.
3. Menanyakan pengalaman pelanggan produk saingan tentang produk tersebut.
4. Menanyakan pengalaman distributor yang memperdagangkan produk saingan.
5. Mempergunakan atau mengkomunikasikan produk saingan.

Disamping menguasai tentang produk, sales eksekutif harus dapat menterjemahkan fakta-fakta tentang produk kedalam bahasa manfaat bagi calon

pembeli. Hal ini diperlukan karena pembeli barang atau jasa karena fisik produk itu semata.

Berikut ini disampaikan pedoman cara menterjemahkan fakta yang bersangkutan dengan produk kedalam bahasa manfaat calon pembeli :

1. Fakta tentang produk diutarakan dalam bahasa yang dapat dimengerti calon pembeli.
2. Dalam setiap presentasi penjualan dan demonstran produk, keistimewaan produk (*selling points*) diutarakan secara meyakinkan dan positif.
3. Sedapat mungkin setiap *selling point* didukung dengan demonstrasi produk.
4. Keistimewaan produk dipergunakan untuk meyakinkan calon pembeli tentang manfaat produk bagi mereka.
5. Selalu diingat bahwa calon pembeli akan bertanya pada diri mereka sendiri, “apa manfaat keistimewaan produk itu untuk saya?”. Sales eksekutif harus siap menjawab pertanyaan itu apabila mereka menanyakan. (Sutojo:2003:79)

C. Pengalaman

Pada awalnya orang bekerja pada suatu organisasi atau lembaga dengan tugas atau pekerjaan yang belum pernah ia tangani tentu disertai perasaan yang was-was atau bertanya-tanya. Tetapi setelah dikerjakannya berulang kali pekerjaan yang sama maka ia akan terbiasa dan perasaan kaku menjadi hilang. Hal ini cocok dengan pepatah lama, bahwa bisa karena biasa.

Faktor kemampuan seseorang tidak cukup hanya dilihat dari segi pelatihan dan pengembangan saja, namun bisa juga dilihat dari segi pengalaman atau pengalaman kerja seseorang selama bekerja pada organisasi/lembaga tertentu. Pengalaman merupakan salah satu faktor yang ikut mempengaruhi kinerja seseorang didalam melaksanakan tugas guna pencapaian tujuan organisasinya.

Pengalaman kerja adalah proses yang telah dilalui seseorang di dalam perusahaan, pengalaman kerja identik dengan berapa lama orang bekerja. Semakin lama karyawan bekerja, pengetahuan dan keterampilan karyawan semakin baik. Lamanya waktu seorang karyawan telah berdinasi dengan perusahaan, divisi, departemen atau pekerjaan disebut senioritas.

Kriteria yang dapat meningkatkan kinerja adalah pengalaman kerja atau kinerja masa lalu. Banyak yang meyakini bahwa kinerja masa lalu atau pengalaman kerja pada pekerjaan serupa dapat menjadi indikator terbaik dari kinerja dimasa yang akan datang. Selain itu, perusahaan-perusahaan kerap menganggap pengalaman sebagai indikator yang bagus dari kemampuan dan sikap-sikap yang berhubungan dengan pekerjaan.

Ada pepatah mengatakan bahwa “pengalaman itu adalah guru yang terbaik” sebab semua orang belajar dari segudang pengalaman yang pernah ia alami akan merupakan pedoman/petunjuk kearah kinerja yang lebih baik dari sebelumnya. Oleh karena itu karyawan yang banyak pengalaman kerjanya ia akan mudah menyelesaikan tugas/pekerjaannya dibandingkan dengan karyawan yang kurang berpengalaman, sehingga tujuan organisasi/perusahaan akan tercapai atau tidak sangat tergantung kepada kemahiran kerja karyawan yang berpengalaman itu.

Dalam usaha pengembangan pengalaman sumber daya manusia, maka perlu pendidikan dan latihan pada karyawan perusahaan baik untuk pegawai baru maupun pegawai yang telah lama berada dalam perusahaan tersebut. Pegawai baru

yang setiap kali direkrut oleh perusahaan membutuhkan latihan sebelum dapat menjalankan tugas-tugas yang menjadi kewajibannya.

Dalam **Atmosoeprapto, 2002:42**, Nadler membedakan antara pengertian pendidikan dan pelatihan. Pendidikan adalah belajar untuk persiapan melakukan pekerjaan yang berbeda tetapi teridentifikasi, sedangkan pelatihan adalah belajar yang ada kaitannya dengan pekerjaan yang ditangani saat ini.

Pendidikan dan pelatihan adalah suatu proses yang akan menghasilkan suatu perubahan perilaku peserta yang berbentuk peningkatan kemampuan kognitif, afektif ataupun psikomotor. Dampak lain yang akan ditimbulkan adalah peningkatan produktivitas kerja baik secara kualitas maupun kuantitas, meningkatnya semangat kerja. (**Aswandi dalam Suwandi, 2002 : 35**)

Komponen-komponen pelatihan dan pengembangan yaitu :

1. Tujuan dan sasaran pelatihan, serta pengembangan harus jelas dan dapat diukur.
2. Para pelatih (*trainer*) harus memiliki kualifikasi yang memadai.
3. Materi latihan dan pengembangan harus disesuaikan dengan tujuan yang hendak dicapai.
4. Metode pelatihan dan pengembangan harus sesuai dengan tingkat kemampuan karyawan yang menjadi peserta.
5. Peserta pelatihan dan pengembangan harus memenuhi persyaratan yang ditentukan. (**Mangkunegara : 2000 : 45**)

Tujuan pelatihan dan pengembangan lainnya adalah :

1. Melakukan pendekatan kemanusiaan terhadap karyawan, bimbingan rohani dan meningkatkan motivasi kerja dan bersikap.
2. Untuk memperbaiki efektivitas kerja karyawan dan mempersiapkan karyawan untuk melaksanakan pekerjaan baru atau kemungkinan dipromosi.

3. Menanam sikap-sikap dan nilai-nilai yang sesuai untuk bekerja dalam perusahaan.
4. Pembinaan pendidikan dan pelatihan tenaga kerja dilaksanakan untuk menentukan nilai-nilai kemanusiaan yang menumbuhkan harkat dan martabat serta harga diri kaum pekerja dan disesuaikan dengan pengembangan kebutuhan pembangunan serta kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi.
5. Mencapai hasil-hasil kerja yang ditetapkan. (**Mangkunegara: 2000 : 42**)

Sedangkan menurut **Simamora (1999:35)** tujuan pendidikan dan pelatihan adalah sebagai berikut :

1. Memperbaiki kinerja karyawan-karyawan bekerja secara tidak memuaskan karena kekurangan keterampilan-keterampilan merupakan calon utama pelatihan.
2. Mengurangi waktu karyawan baru supaya menjadi kompeten dalam pekerjaan.
3. Memutakhirkan keahlian para karyawan sejalan dengan kemajuan teknologi melalui pelatihan, pelatih memastikan bahwa karyawan dapat secara efektif menggunakan teknologi baru.
4. Membantu memecahkan permasalahan operasional.
5. Mempersiapkan karyawan untuk promosi.
6. Mengorientasikan karyawan terhadap organisasi.

Manfaat pelatihan bagi *Sales Executives* adalah sebagai berikut :

1. Manfaat program pelatihan

Melatih tim sales eksekutif secara terencana dan terarah tidak kalah penting peranannya dengan mendapatkan sales eksekutif yang berbakat. Sales eksekutif yang terlatih dengan baik, akan mengurangi keluhan pelanggan yang merasa tidak dilayani secara professional.

2. Topik program latihan

Topik yang biasa dibahas dalam program latihan sales eksekutif :

- a. Pengetahuan tentang produk (*Product knowledge*)
- b. Orientasi tentang pasar (*market-industry orientation*)
- c. Orientasi tentang perusahaan (*company orientation*)
- d. Teknik menjual (*selling techniques*)
- e. Lain-lain (*other topics*)

Metode latihan untuk sales eksekutif adalah sebagai berikut :

1. Lecturing

Seorang tutor menyampaikan berbagai macam ilmu dan informasi di depan sekelompok peserta.

2. Diskusi kelompok

Peserta latihan dibagi menjadi beberapa kelompok, dan masing-masing kelompok diberikan studi kasus tentang penjualan produk.

3. Role playing

Memberikan peserta lain untuk *learning* dan *watching*, belajar dari hasil pengamatan.

4. Simulation games

Para sales eksekutif dibagi secara berkelompok dan mereka diberi kesempatan mempelajari berbagai macam faktor yang mempengaruhi perkembangan transaksi jual beli (yang diambil dari praktek penjualan produk sehari-hari) yang diberikan pengajar selama *simulation games*.

(Sutojo:2003:143)

Menurut **Sondang P. Siagian (2000:83)** dalam organisasi ada tujuh manfaat yang diperoleh melalui penyelenggaraan program pelatihan dan pengembangan.

1. Peningkatan produktifitas kerja organisasi sebagai keseluruhan antara lain karena tidak terjadinya pemborosan, karena kecermatan dalam melaksanakan tugas.
2. Terwujudnya hubungan yang serasi antara atasan dengan bawahan, karena adanya pendeglasian wewenang, interaksi yang didasarkan pada sikap dewasa, baik secara teknikal maupun intelektual saling menghargai dan adanya kesempatan bagi karyawan untuk berfikir dan bertindak secara inovatif.
3. Terjadinya proses pengambilan keputusan yang lebih cepat dan tepat, karena melibatkan para pegawai yang bertanggung jawab menyelenggarakan kegiatan-kegiatan operasional dan tidak sekadar diperintahkan oleh para manejer.
4. Meningkatkan semangat kerja seluruh tenaga kerja dalam organisasi dengan komite organisasi yang lebih tinggi.
5. Mendorong sikap keterbukaan manajemen melalui penerapan gaya manajerial yang partisipatif.
6. Memperlancar jalannya komunikasi yang efektif, yang pada gilirannya memperlancar proses perumusan kebijaksanaan organisasi dan operasionalnya.
7. Penyelesaian konflik secara fungsional yang dampaknya adalah tumbuh suburnya rasa persatuan dan suasana kekeluargaan dikalangan para anggota organisasi.

D. Negosiasi

Negosiasi diartikan sebagai aktivitas pertukaran dan cara penetapan syarat-syarat pertukaran untuk mencapai kesepakatan harga dan syarat penjualan lainnya. (Kotler, 2001 : 923)

Negosiasi meliputi mempersiapkan rencana strategis sebelum dimulainya negosiasi dan mengambil keputusan taktis yang baik selama negosiasi. Strategi negosiasi dapat didefinisikan sebagai suatu komitmen untuk suatu pendekatan menyeluruh yang memiliki peluang besar untuk mencapai tujuan negosiator.

Menurut Kotler, tawar-menawar atau negosiasi mempunyai karakteristik sebagai berikut :

1. Setidaknya terdapat dua pihak yang terlibat.
2. Pihak-pihak tersebut mempunyai perbedaan kepentingan dalam suatu masalah atau lebih.
3. Pihak-pihak tersebut bergabung bersama setidaknya untuk sementara waktu dalam suatu hubungan khusus yang sifatnya sukarela.
4. Aktivitas dalam hubungan tersebut menyangkut pembagian atau pertukaran satu sumber daya atau lebih dan atau resolusi mengenai satu masalah tak berwujud atau lebih antara pihak-pihak tersebut atau yang mereka wakili.
5. Aktivitas-aktivitas tersebut meliputi presentasi atau usulan oleh satu pihak dan evaluasi oleh pihak lainnya, diikuti dengan kesepakatan dan usulan balasan.

Negosiasi tepat dilakukan jika terdapat daerah kesepakatan. Daerah kesepakatan ada jika terdapat hasil-hasil yang secara simultan dapat diterima pihak-pihak tersebut. Ada keuntungan jelas jika mengetahui harga reservasi pihak

lain dan membuat harga reservasi diminta sendiri tampak lebih tinggi (untuk penjual) atau lebih rendah (untuk pembeli) daripada sebenarnya.

Taktik negosiasi klasik menurut **(Kotler, 2001 : 926)** yaitu :

1. Berlaku Gila

Berpura-pura menunjukkan komitmen emosional terhadap posisi anda dengan jelas. Ini meningkatkan kredibilitas anda mungkin menyebabkan pihak lawan menyetujui persyaratan anda.

2. Pot besar

Berikan diri anda ruang luas untuk negosiasi. Ajukan permintaan yang tinggi pada awalnya. Setelah membuat kesepakatan, anda tetap memiliki hasil lebih besar daripada jika memulai terlalu rendah.

3. Dapatkan sekutu yang bergengsi

Sekutu dapat berupa orang atau suatu proyek yang bergengsi. Anda mengusahakan agar lawan menerima lebih sedikit karena orang/objek yang terlibat itu bergengsi.

4. Sumurnya kering

Ambil sikap dan katakan pada lawan bahwa anda tidak memiliki sesuatu yang perlu disepakati lagi.

5. Wewenang terbatas

Bernegosiasi dengan niat baik pada lawan, dan harus melalui persetujuan atasan dulu untuk menandatangani transaksi.

6. Lelang

Biarkan beberapa pesaing mengetahui bahwa anda juga sedang bernegosiasi dengan mereka pada saat yang sama.

7. Bagi dan taklukkan
8. Tinggalkan untuk sementara waktu
9. Berikan tanggapan yang tidak emosional
10. Bersabar
11. Mari atasi perbedaan
12. Percobaan
13. Kejutan

E. Penjualan yang diukur dengan kinerja

Menurut August W. Smith yang menyatakan bahwa kinerja merupakan hasil atau keluaran dari suatu proses. **(Sedarmayanti: 2001 : 50)**

Kinerja adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya. **(Mangkunegara : 2004 : 67)**

Prestasi penjualan tergantung pada kinerja dari *sales executives* perusahaan. Ada dua metode yang dikenal dalam penjualan barang, yaitu **(Sadeli : 2000 : 25) :**

1. Persoalan *Selling*

Adalah penjualan barang secara lisan yang dilakukan oleh seorang penjual terhadap para pembeli secara langsung. Ada tiga tipe penjual, yaitu :

- a. Penjualan dalam toko

b. Penjual keliling

c. Penjual khusus

2. Interpersonal *Selling*

Metode ini merupakan cara menjual tidak langsung. Metode ini menggunakan perwakilan atau advertensi untuk mempengaruhi konsumen.

Yang termasuk dalam penjualan ini adalah :

- a. Penjualan melalui pengiriman pos
- b. Penyajian penjualan di ruangan took
- c. Penjualan melalui reklame
- d. Penjualan melalui daftar barang dan harga (katalog)
- e. Pajangan

Syarat-syarat berkualitasnya penilaian kinerja : **(Rivai : 2005 : 19)**

1. Input (potensi)

Ada beberapa kejelasan ruang lingkup pengukuran, seperti :

a. Who?

Pertanyaan ini meliputi siapa yang harus dinilai dan siapa yang harus menilai.

b. What?

Pertanyaan ini mencakup objek atau materi yang dinilai, dimensi waktu yaitu kinerja yang dicapai pada ssaat ini.

c. Why?

Pertanyaan ini meliputi mengapa penilaian kinerja ini harus dilakukan.

d. When?

Waktu pelaksanaan penilaian kinerja dapat dilakukan secara formal dan informal.

e. Where?

Penilaian kinerja dapat dilakukan pada dua tempat yaitu di tempat kerja dan di luar tempat kerja.

f. How?

Bagaimana penilaian dilakukan, yaitu dengan menggunakan metode tradisional atau metode modern.

2. Cara Pengukuran Kinerja

- a. Perbandingan antara kinerja nyata dengan kinerja yang direncanakan.
- b. Perbandingan antara kinerja nyata dengan hasil (sasaran) yang diharapkan.
- c. Perbandingan antara kinerja nyata tahun ini dengan tahun-tahun sebelumnya.
- d. Perbandingan kinerja suatu perusahaan dengan perusahaan lain yang unggul dibidangnya.
- e. Perbandingan pencapaian tahun berjalan dengan rencana dalam (dua, tiga, empat atau lima) tren pencapaian.

Ada tujuh sukses penjualan yang dilihat dari pencapaian prestasi kinerja :

(Stewart : 2002 : 28)

1. **Strategi** memberikan penekanan pada keharusan untuk mencatat semua tindakan, praktik manajemen yang baik dan alokasi sumber daya yang terbatas untuk memenuhi sebaik mungkin target dan tujuan organisasi penjualan yang ditetapkan.

2. **Struktur** mengacu pada organisasi perusahaan memberikan penekanan pada peraturan atau staf.
3. **Sistem** ditunjukkan oleh laporan yang sesuai prosedur, proses rutin, rapat, kebijakan, keluhan atau sistem penghargaan.
4. **Staf** adalah gambaran demografis dari kelompok personil penting dalam perusahaan penjualan.
5. **Style (gaya)** adalah suatu karakterisasi cara menejer-manejer kunci berperilaku untuk pencapaian tujuan organisasi dalam konteks budaya perusahaan.
6. **Skill** menyatakan kemauan perusahaan untuk mengeluarkan uang demi menyediakan pelatihan yang cukup bagi tiap karyawan.
7. **Superordinate** mempunyai arti yang signifikan, karena tujuan ini merupakan konsep penuntun bagi organisasi penjualan untuk menginspirasi anggotanya.

Faktor-faktor yang mempengaruhi penilaian prestasi kinerja diantaranya adalah : **(Assauri, 2002 : 174)**

1. Perbaikan prestasi kerja, hal yang diukur dalam perbaikan prestasi kerja adalah ketetapan, kualitas layanan dan nilai.
2. Pengembangan karyawan
3. Kepuasan karyawan
4. Kepuasan kompensasi

Unsur-unsur yang dinilai dalam penilaian prestasi kerja adalah :
(Hasibuan ; 2005 : 106)

1. Kesetiaan, penilai menilai kesetiaan karyawan terhadap karyawan, jabatan, organisasi.
2. Prestasi kerja, penilaian hasil kerja baik kualitas maupun kuantitas yang dapat dihasilkan karyawan tersebut dari uraian karyawan.
3. Kejujuran, terhadap tugas-tugas memenuhi perjanjian baik bagi dirinya sendiri maupun terhadap orang lain.
4. Kedisiplinan terhadap peraturan-peraturan yang ada.
5. Kreatifan, yaitu kemampuan dalam mengembangkan kreatifitas agar hasil lebih berdaya guna.
6. Kerjasama
7. Kepemimpinan, yaitu kemampuan memimpin, berpengaruh, pribadi yang kuat, dihormati, berwibawa dan dapat memotivasi bawahannya.
8. Kepribadian, menilai sikap perilaku, kesopanan, penampilan simpatik serta wajar dari karyawan tersebut.
9. Prakarsa, kemampuan berfikir yang orisinal.
10. Kecakapan, dalam menyatukan dan menyelaraskan bermacam-macam elemen yang semuanya terlibat.
11. Tanggung jawab, menilai kesediaan dalam mempertanggung jawabkan kebijaksanaannya.

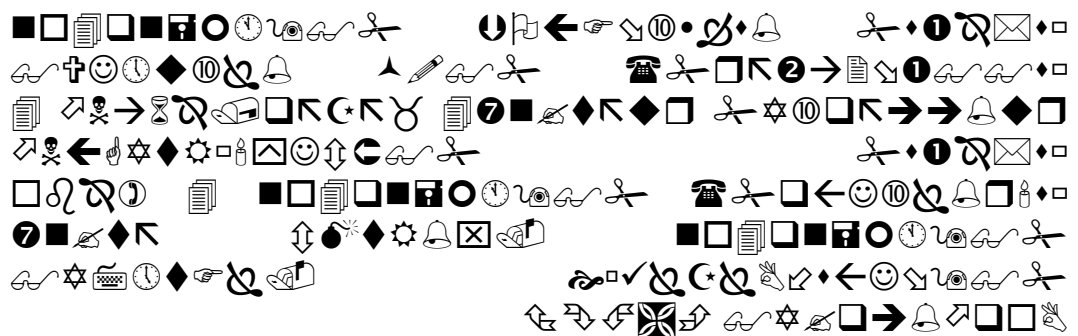
F. Kinerja dalam tinjauan Islam

Bekerja adalah segala aktivitas dinamis yang mempunyai tujuan untuk memenuhi kebutuhan tertentu (jasmani dan rohani), untuk mencapai tujuan

tersebut dia berupaya dengan penuh kesungguhan untuk mewujudkan prestasi yang optimal sebagai bukti pengabdian dirinya kepada Allah SWT.

Secara lebih hakiki, bekerja bagi seorang muslim merupakan “ibadah” bukti pengabdian dan rasa syukurnya untuk mengolah dan memenuhi panggilan Illahi agar mampu menjadi yang terbaik karena mereka sadar bahwa bumi diciptakan sebagai ujian bagi mereka yang memiliki kerja yang terbaik.

Sebagaimana firman Allah dalam surat An-Nisa’ ayat 103 :



Artinya : “Maka apabila kamu telah menyelesaikan shalat (mu), ingatlah Allah diwaktu berdiri, diwaktu duduk, dan diwaktu berbaring. Kemudian apabila kamu merasa aman dirikanlah shalat itu (sebagaimana biasa), sesungguhnya shalat itu adalah kewajiban yang ditentukan waktu atas orang-orang yang beriman.” (Q.S An-Nisa’ : 103)

Al-Qur’an dengan tandas menjelaskan kiranya tidak perlu meminta tafsir berlebihan bahwa setiap pribadi muslim wajib bekerja dan wajib berupaya meraih prestasi yang terbaik dalam lapangan kehidupannya sebagaimana firman Allah dalam surat Az-Zumar ayat 39.



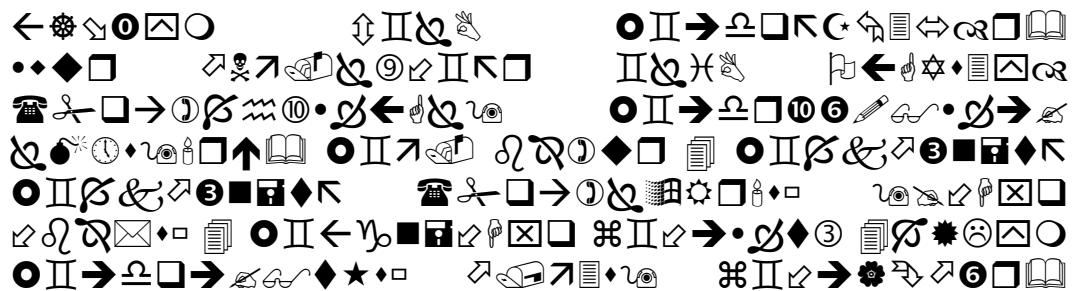
Artinya : “Katakanlah hai kaumku, berjalanlah engkau menurut kemampuan masing-masing sesungguhnya aku akan bekerja (pula), kelak engkau akan mengetahui hasil amalmu.” (Q.S. Az-Zumar : 39)

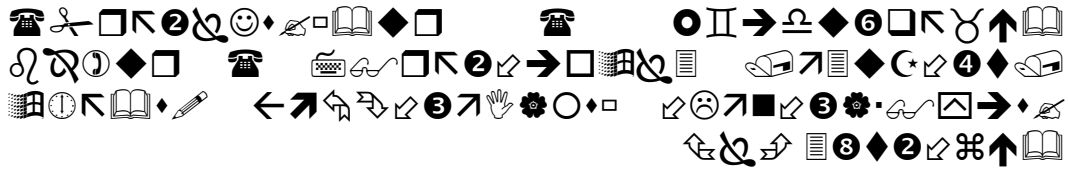
Membudayakan kebiasaan bekerja keras dan rindu menghasilkan kualitas akan menjadi salah satu ciri utama setiap pribadi muslim yang menjadikannya sebagai citra dirinya dan menaburkan semangat yang terus memberikan ilham dalam menapaki perjalanan hidupnya.

Dari rumusan ini, tampak bahwa disiplin kerja muslim ini dapat didefinisikan sebagai kepribadian yang melahirkan keyakinan yang sangat mendalam bahwa bekerja itu bukan saja memuliakan dirinya. Menampakkan kemanusiaannya, melainkan juga sebagai suatu manivestasi dari amal soleh dan oleh karenanya mempunyai nilai ibadah yang sangat luhur. Mereka yang disiplin bekerja memiliki semacam semangat untuk memberikan pengaruh positif kepada lingkungannya.

Islam tidak membatasi cara-cara tertentu bagi pemberian upah, ini karena upah tersebut berbeda-beda menurut situasi dan dipengaruhi oleh banyak faktor diantaranya adalah jenis pekerjaan, waktu yang diperlukan, harga barang yang diproduksi dan taraf hidup. Para ahli hukum Islam menyesuaikan faktor-faktor ini dengan upah yang setimpal dan dalam Al-Qur'an terdapat perintah memberi upah kepada wanita yang menyusui serta menghubungkan ini dengan hal-hal lain dengan makruf.

Firman Allah SWT dalam Q.S. At-Talaq : 6





Artinya : *Tempatkanlah mereka (para isteri) dimana kamu bertempat tinggal menurut kemampuanmu dan janganlah kamu menyusahkan mereka untuk menyempitkan (hati) mereka. Dan jika mereka (isteri-isteri yang sudah di talaq) itu sedang hamil, maka berikanlah kepada mereka nafkahnya hingga mereka bersalin, kemudian jika mereka menyusukan (anak-anakmu) untukmu maka berikanlah kepada mereka upahnya, dan musyawarahkanlah di antara kamu (segala sesuatu) dengan baik, dan jika kamu menemui kesulitan maka perempuan lain boleh menyusukan (anak itu) untuknya.*

G. Penelitian Terdahulu

1. **Suprayetno (2008)**, meneliti tentang analisis faktor-faktor yang mempengaruhi prestasi kerja wartawan pada surat kabar harian Riau Pos Pekanbaru. Variabel penelitiannya adalah prestasi kerja, pendidikan, motivasi kerja dan kinerja dengan hasil bahwa lingkungan kerja wartawan sangat mampu memotivasi kerja karyawan, latihan dan pengembangan sangat berpengaruh terhadap prestasi kerja karyawan.
2. **Adi Wiranata (2008)**, meneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi produktivitas kerja karyawan bagian produksi pada PT. Arara Abadi Distrik Bukit Batu. Variabel yang digunakan adalah kepemimpinan, kompensasi, pengawasan kerja, lingkungan kerja, pendidikan dan pelatihan, proses seleksi, disiplin kerja, fasilitas kerja, absensi kerja dan beban kerja dengan hasil bahwa kepemimpinan, tunjangan dan bonus kerja, pengawasan tingkat

kehadiran dan pengawasan proses produksi serta lingkungan adalah yang paling dominan mempengaruhi produktivitas kerja karyawan.

3. Syafriadi (2007), meneliti tentang analisis kinerja tenaga penjual (*sales executives*) pada PT. Menara Dana Sejahtera Sub. Pekanbaru. Variabel yang digunakan adalah kompensasi, pendidikan dan latihan, pengetahuan produk dan kedisiplinan dengan hasil bahwa faktor-faktor yang menyebabkan penurunan kinerja tenaga penjualan pada PT. Menara Dana Sejahtera Sub. Pekanbaru adalah kompensasi yang belum tepat sasaran, pendidikan dan latihan yang belum memadai, pengetahuan produk *sales executives* yang masih kurang dan penegakan disiplin yang jarang oleh perusahaan.

H. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap perumusan masalah penelitian, oleh sebab itu perumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat atau pertanyaan (**Sugiono, 2000:51**). Berdasarkan permasalahan yang diteliti diduga faktor-faktor yang mempengaruhi *sales skill* pada Pekanbaru Pos adalah penampilan, pengetahuan tentang produk, pengalaman dan negosiasi yang kurang baik.

I. Variabel Penelitian

Variabel yang menjadi objek penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penampilan (X_1)
2. Pengetahuan Produk (*Knowledge Product*) (X_2)

3. Pengalaman (X_3)

4. Negosiasi (X_4)

5. Sales Skill (Y)

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada PT. Pekanbaru Pos yang beralamat di Jl. Soekarno Hatta (Arengka) No. 132 Pekanbaru. Dan waktu penelitian penulis lakukan dari tanggal 12 Januari 2012 sampai pada bulan Maret 2012.

B. Jenis dan sumber data

Dalam penelitian ini, data yang digunakan terdiri dari :

1. Data Primer,

Adalah data dan informasi yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh penulis yang bersumber dari objek penelitian. Yaitu, para responden yang diteliti berkaitan dengan objek penelitian.

2. Data Sekunder,

Adalah data yang telah ada pada perusahaan yang diperoleh melalui pimpinan dan bagian administrasi perusahaan yang berhubungan dengan penelitian.

C. Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel

1) Populasi

Populasi adalah keseluruhan dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk

dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2004:72). Adapun yang menjadi populasi dalam pelatihan ini adalah seluruh tenaga sales yang bekerja pada PT. Pekanbaru Pos yang berjumlah 30 orang.

2) Sampel dan Teknik Penarikan Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang dipergunakan sebagai sumber data. Didalam penelitian ini teknik penentuan sampel yang digunakan adalah sampling jenuh. Sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel, atau penelitian yang ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil. Istilah lain sampel jenuh adalah sensus, dimana anggota populasi dijadikan sampel (sugiono, 2005 : 96).

Mengutip pendapat dari Arikunto (1998 : 120), apabila subjek penelitian kurang dari 100, lebih baik diambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Berdasarkan pendapat tersebut maka sampel penelitian ini adalah seluruh sales/ tenaga penjual Surat Kabar Pekanbaru Pos yang berjumlah 30 orang.

D. Teknik pengumpulan data

Untuk memperoleh data yang akurat dalam penelitian ini, digunakan metode pengumpulan data :

1. Interview (wawancara)

Penulis menanyakan langsung yang berhubungan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi prestasi kerja sales Pekanbaru Pos.

2. Kuisisioner

Yaitu, dengan membuat daftar pertanyaan yang akan diajukan kepada responden yang dianggap sebagai populasi dan sampel

3. Dokumentasi

Penulis mengumpulkan data tambahan dari arsip yang dimiliki oleh Pekanbaru Pos seperti jumlah karyawan, sejarah Pekanbaru Pos, pendidikan karyawan, jabatan karyawan dan struktur organisasi Pekanbaru Pos.

E. Pengolahan Data

Sebelum data di analisis maka, perlu diolah berdasarkan tanggapan responden yang telah mengisi kuisisioner. Adapun pengolahan data ini dengan menggunakan skala likert. Jika responden menjawab pada pertanyaan :

1. Bobot 5 = Sangat Setuju (SS)
2. Bobot 4 = Setuju (S)
3. Bobot 3 = Netral (N)
4. Bobot 2 = Tidak Setuju (TS)
5. Bobot 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

F. Instrumen Penelitian

Uji Kualitas Data (Instrumen)

Instrumen Penelitian merupakan media dalam pengumpulan data. Sehingga kuisisioner dikatakan reliabel jika jawaban responden konsisten bila

diajukan pertanyaan yang sama dalam waktu yang berbeda. Untuk mengetahui reliabilitas suatu kuisioner yang merupakan indikator dan variabel penelitian, maka diperlukan uji reliabilitas dan validitas (Hair et al. 1998 : Huck dan Cornier 1996 dalam Bambang dan Indriantoro 1998). Untuk menguji kualitas data yang diperoleh dari penerapan instrumen, maka diperlukan uji validitas dan reliabilitas.

a. Reliabilitas

Metode yang dipakai dalam mendeteksi reliabilitas yang dapat dikaitkan dengan data, dapat dilakukan dengan cara : *One shot* atau pengukuran sekali saja : disini pengukurannya hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur reabilitas dengan uji r tabel.

b. Validitas (*Test Of Validity*)

Dalam pengujian yang dilakukan oleh peneliti untuk menghasilkan kualitas data, layak atau tidaknya suatu yang dapat diangkat maka peneliti mengaitkan data, faktor dengan metode validitas yaitu melakukan untuk menentukan nilai r tabel digunakan $df = \text{jumlah kasus} - 2$. Dengan alpha 5%.

G. Uji asumsi klasik

1. Uji Normalitas

Cara yang sering digunakan dalam menentukan apakah suatu model berdistribusi normal atau tidak hanya dengan melihat pada histogram residual apakah memiliki bentuk seperti “lonceng” atau tidak. Cara ini menjadi fatal karena pengambilan keputusan data berdistribusi normal atau tidak hanya

berpatok pada pengamatan gambar saja. Ada cara lain untuk menentukan data berdistribusi normal atau tidak dengan menggunakan rasio skewness dan rasio kurtosis.

Rasio skewness dan rasio kurtosis dapat dijadikan petunjuk apakah suatu data berdistribusi normal atau tidak. Rasio skewness adalah nilai skewness dibagi dengan standard error skewness; sedang rasio kurtosis adalah nilai kurtosis dibagi dengan standard error kurtosis. Sebagai pedoman, bila rasio kurtosis dan skewness berada di antara -2 hingga +2, maka distribusi data adalah normal (Santoso, 2000: 53)

2. Uji Autokorelasi

Ada beberapa cara yang dapat digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya autokorelasi. Pertama, **Uji Durbin-Watson** (DW Test). Uji ini hanya digunakan untuk autokorelasi tingkat satu (*first order autocorrelation*) dan mensyaratkan adanya intercept dalam model regresi dan tidak ada variabel lag di antara variabel penjelas.

Hipotesis yang diuji adalah:

$H_0 : \rho = 0$ (baca: hipotesis nolnya adalah tidak ada autokorelasi)

$H_0 : \rho \neq 0$ (baca: hipotesis alternatifnya adalah ada autokorelasi)

Keputusan ada tidaknya autokorelasi adalah:

- Bila nilai DW berada di antara d_u sampai dengan $4 - d_u$ maka koefisien autokorelasi sama dengan nol. Artinya tidak ada autokorelasi.

- Bila nilai DW lebih kecil dari pada d_L , koefisien autokorelasi lebih besar dari pada nol. Artinya, ada autokorelasi positif.
- Bila nilai DW terletak di antara d_L dan d_u , maka tidak dapat disimpulkan.
- Bila nilai DW lebih besar dari pada $4 - d_L$, koefisien autokorelasi lebih besar dari pada nol. Artinya, ada autokorelasi negatif.
- Bila nilai DW terletak di antara $4 - d_u$ dan $4 - d_L$ maka tidak dapat disimpulkan

3. Uji Multikolinieritas

Ada banyak cara untuk menentukan apakah suatu model memiliki gejala Multikolinieritas, pada modul ini hanya diperkenalkan 2 cara, yaitu VIF dan Uji Korelasi.

- Uji VIF

Cara ini sangat mudah, hanya melihat apakah nilai VIF untuk masing-masing variabel lebih besar dari 10 atau tidak. Bila nilai VIF lebih besar dari 10 maka diindikasikan model tersebut memiliki gejala Multikolinieritas.

Untuk menentukan apakah hubungan antara dua variabel bebas memiliki masalah multikolinieritas adalah melihat nilai Significance (2-tailed), jika nilainya lebih kecil dari 0,05 (= 5%) maka diindikasikan memiliki gejala Multikolinieritas yang serius. Dari seluruh nilai significance (2-tailed) diatas, dapat disimpulkan

seluruh variabel penjelas tidak terbebas dari masalah Multikolinieritas.

4. Uji Heteroskedastisitas

Untuk Uji Heteroskedastisitas, seperti halnya uji Normalitas, cara yang sering digunakan dalam menentukan apakah suatu model terbebas dari masalah heteroskedastisitas atau tidak hanya dengan melihat pada Scatter Plot dan dilihat apakah residual memiliki pola tertentu atau tidak. Cara ini menjadi fatal karena pengambilan keputusan apakah suatu model terbebas dari masalah heteroskedastisitas atau tidak hanya berpatok pada pengamatan gambar saja tidak dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya. Banyak metode statistik yang dapat digunakan untuk menentukan apakah suatu metode terbebas dari masalah heteroskedastisitas atau tidak, seperti misalnya Uji White, Uji Park, Uji Glejser, dan lain-lain.

Modul ini akan memperkenalkan salah satu uji heteroskedastisitas yang mudah yang dapat diaplikasikan di SPSS, yaitu uji glejser.

Uji glejser secara umum dinotasikan sebagai berikut:

$|e|$ = nilai absolute dari residual yang dihasilkan dari regresi model

X_2 = Variabel penjelas

Bila variabel penjelas secara statistik signifikan mempengaruhi residual maka dapat dipastikan model ini memiliki masalah Heteroskedastisitas.

H. Analisis data

Dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif – kuantitatif. Yaitu data yang diperoleh dengan cara memberikan kepada sales Surat Kabar Harian Pekanbaru Pos sebanyak 30 orang responden yang langsung dijadikan sampel selanjutnya data yang diperoleh di tabulasikan untuk dilakukan analisa secara kuantitatif dengan menggunakan regresi linear berganda, dengan rumus (Hartono, 24 : 140) :

$$\mathbf{Y = a + b_1 x_1 + b_2 x_2 + b_3 x_3 + b_4 x_4 + e}$$

Dimana : Variabel terikat (Y) : Skill Sales

Variabel bebas X₁ : Negosiasi

X₂ : Pengetahuan Produk (*Produc Knowledge*)

X₃ : Pengalaman

X₄ : Penampilan

a : Konstanta

e : Standar *Error*

I. Uji F (F Test)

Digunakan untuk menguji apakah semua variabel secara bersama-sama (simultan) mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat. Untuk membuktikan hal tersebut maka dilakukan uji f.

J. Uji T (Persial)

Pengujian ini bertujuan untuk memastikan apakah variabel independen yang terdapat dalam persamaan terdapat secara individu berpengaruh terhadap variable independent. Uji T dilakukan dengan membandingkan T hitung dengan T tabel pada tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan $df = n-k-1$.

K. Analisis Korelasi R

Koefisien korelasi berganda yang disimbolkan dengan r merupakan ukuran keratan hubungan antar variabel terikat dengan semua variabel bebas berdasarkan penelitian ini memiliki hubungan yang sangat erat. Koefisien korelasi berganda (R) sebesar 0,849 ini juga menunjukkan adanya hubungan linear positif antara variabel bebas dengan variabel terikat, yang berarti mempunyai pengaruh yang besar terhadap sales skill dalam peningkatan penjualan barang.

L. Koefisien Korelasi Determinasi Berganda (R^2)

Disimbolkan dengan R^2 merupakan ukuran kesesuaian garis regresi linear berganda terhadap suatu data menunjukkan bahwa keempat variabel dalam penelitian ini mampu menjelaskan dan memberikan sumbangan terhadap variabel terikat.

BAB IV

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. Sejarah singkat perusahaan

Lebih kurang dari dua belas tahun perusahaan riau Pos menjalankan bisnis surat kabar, dimana perusahaan ini merupakan perusahaan yang terbesar di sumatera. Hingga akhirnya pada 1 juni 2000 terlahir anak perusahaan yang bernama Pekanbaru pos dan lima tahun berikutnya pekanbaru pos berkembang lagi dengan berdirinya pekanbaru mx yang merupakan Koran perkotaan.

Pekanbaru pos telah banyak mendapatkan penghargaan, baik dari pemerintah kota maupun propinsi. Salah satunya mendapatkan urutan kedua Koran terbanyak dibaca selama lima tahun berturut-turut, selain itu juga pada tahun 2011 mendapatkan gelar lurah favourite yang di berikan oleh pemprov riau. Dan program tahun 2012 ini merupakan program kepala sekolah terfavourite yang ddihadiahi dengan umroh. Dan ini juga meupakan salahh satu faktor pendorong minat masyarakat untuk lebih membaca Koran pekanbaru pos itu sendiri.

Pekanbaru pos pada umumnya hanya untuk kawasan pekanbaru kota, namun ditengah kemajuan dan perkembangannya Koran pekanbaru pos ini juga sudah mendistribusikan korannya hingga ke daerah-daerah kabupaten kota yang ada di propinsi riau, hingga saat ini pekanbaru pos mencetak lebih kurang 1400-2000 eksampelar perharinya kurang lebih dari lima tahun terakhir.

B. Lokasi perusahaan

Lokasi perusahaan ini terletak di jalan Soekarno Hatta pekanbaru. Yang merupakan pusat kantor pengelolaan dan operasi jalannya aktivitas perusahaan ini. Letak dan lingkungan yang strategis ini mampu membantu jalannya operasi perusahaan ini karena lletaknya yang berada ditegah keramaian kota pekanbaru.

C. Bentuk hukum perusahaan

Bentuk hukum dari perusahaan ini ialah Perseroan terbatas, yang mana terdapat beberapa para pemegang saham didalamnya. Pekanbaru pos ini adalah salah satu anak perusahaan riau pos group. Sehingga koordinasi antara riau pos group dengan pekanbaru pos merupakan satu kesatuan antara bapak dan anak yang selalu berhubungan dalam menjalankan aktivitas perusahaan.

D. Struktur organisasi

Struktur orgnisasi perusahaan ini sama halnya dengan perusahaan lainnya yang mana terdapat bberbagai divisi dan sub divisi yang bbertugas untuk membantu kelancaran dari perusahaan itu sendiri.

Dimana struktur organisasi itu sendiri ialah:

Chairman	: H RIDA K LIAMSI
Komisaris Utama	: H. Makmur. SE. Ak, MM
Komisaris	: Drs. H. Sutrianto
Direktur Utama	: Kazzaini Ks

Direktur : Arie Purnama

Wakil Direktur : Saiddul Tombang

General Manager : Drs H. Sutrianto

Koordinato Bid Umum, ADM,SDM dan Keuangan

Pekanbaru pos group : arie purnomo

Pimpinan redaksi : M nazir Fahmi

Wakil Pimpinan Redaksi : Furqon LW

Pimpinan persahaan : Sucipto

Dewan redaksi : Kazzani Ks (ketua)

Furqon LW

Amzar

Hasan hanafi

Saidul tombang

Mendrizaral nnurdin

Ridho M Hazkil

Kuni masrohant

Team Ombudments :

Akmal pamadzra

Syamsul bahri kamin

Moeslim kawi

Divisi produksi :

Direktur pelaksana : Ridho M Hazkil

Koordinator liputan : kuni masrohanti

Redaktur	:	bustami ramzi
Asisten redactor	:	ismardiansyah putra wanzakiah M saifullah Widiarso(artawan photo)
Liputan pekanbaru	:	Yudi waldi Nurazijah
Liputan Jakarta	:	Afni zulkifli
Liputan daerah	:	marditono(dumai) elia susanti (duri) kasnedi (rengat) amri(pangkalan kerinci)
sekretaris redaksi	:	efri susiweti hermanto(staff)
department perwajahan dan pra cetak	:	wan syarudin (kepala) wanriono(koorddinator) ario
Bagian grafis	:	joko purnomo

Bagian mounting :

Sari alam (coordinator)

suardi (anggota)

Divisi usaha

manajer pemasaran dan iklan : Dewi murniati

Bagian even organizer : Adnan uyung

Manajer umum, adm/keungan : Yenita darma,

E. Aktifitas perusahaan

Aktivitas keseharian atau proses jalannya perusahaan ini pada setiap harinya ialah mulai dari peliputan berita yang diliput oleh tim liputan yang selanjutnya diinput oleh tim redaktur dan akan disarinng oleh tim redaksi. Dan selanjutnya berita tersebut akan diserahkan kedivisi iklan dan selanjutnya akan di kirim ke divisi percetakan, selanjutnya dari divisi percetakan akan diserahkan kedivisi marketing atau sirkulasi dan selanjutnya akan didistribusikan ke berbagai daerah yang merupakan wilayah pemasaran Koran Pekanbaru pos itu sendiri.

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi karakteristik responden.

Deskripsi karakteristik responden dilakukan untuk mengetahui gambaran umum responden dalam penelitian analisis faktor-faktor yang mempengaruhi sales skill dalam meningkatkan penjualan pada PT. Pekanbaru Pos. Karakteristik responden yang dijelaskan jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan dan tingkat penghasilan.

1. Jenis Kelamin Responden

Tabel V.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Pria	21	70 %
Wanita	9	30 %
Total	30 orang	100 %

Sumber : Hasil Pengolahan Data

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa dari 30 responden yang diteliti sebanyak 21 orang (70 %) adalah berjenis kelamin laki dan sisanya 9 orang (30 %) adalah berjenis kelamin perempuan.

2. Usia Responden

Tabel V.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persentase (%)
<20 th	15	50
20 – 30 th	4	13,33
30 – 40 th	7	23,34
> 40 th	4	13,33
Total	30 orang	100,00

Sumber : Hasil Pengolahan Data

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa dari 30 responden yang diteliti sebanyak 15 orang (50 %) berusia dibawah 20 tahun, 4 orang (13,33%) berusia antara 20 – 30 tahun, 7 orang (23,34 %) berusia antara 30 -40 tahun dan berusia di atas 40 tahun sebanyak 4 orang (13,33%).

3. Tingkat Pendidikan Responden

Tabel V.3 : Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan	Frekuensi	Persentase (%)
SD	-	-
SLTP	9	30
SMU	15	50
Diploma/Sarjana	6	20
Jumlah	30 orang	100,00

sumber : Hasil Pengolahan Data

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa dari 30 responden yang diteliti sebagian besar memiliki tingkat pendidikan diploma/sarjana sebanyak 6 orang (20%), SMU sebanyak 15 orang (50%), SLTP sebanyak 9 orang (30%) dan SD sebanyak – (0) orang (0%).

B. Deskripsi Variabel

Prestasi kerja karyawan merupakan bagian penting dari seluruh proses karyawan yang bersangkutan dalam suatu perusahaan, dimana tenaga kerja sangat mendukung maju mundurnya perkembangan perusahaan. Oleh karena itu manajemen perusahaan benar-benar memperhatikan kualitas sumber daya keryawannya dalam proses bekerja.

Sales Executives dengan *Salesmanship* atau keahlian menjual yang handal memegang peranan penting dalam membantu perusahaan menerapkan strategi

pemasaran yang berorientasi pada pembeli sasaran. Hal ini disebabkan karena mereka ujung tombak upaya perusahaan mendekati pembeli sasaran dan mendekatkan produk kepada mereka. Adapun faktor yang mempengaruhi sales skill tersebut ialah penampilan, pengetahuan produk, pengalaman, dan negosiasi. Dengan menganalisa keempat variable diatas diharapkan dapat mengetahui bagaimana meningkatkan penjualan pada surat kabar pekanbaru pos.

1. Penampilan

Mode analisis dalam penelitian ini bersumber dari jawaban atas pertanyaan dari kuesioner, namun karena jawaban bersifat kualitatif maka perlu dianalisis terlebih dahulu dan diberikan score sehingga menjadi data yang bersifat kuantitatif.

Variable Penampilan (x_1) yang terdapat dalam kuisisioner penelitian ini diwakili oleh lima pertanyaan yaitu :

Tabel V.4 : Tanggapan responden mengenai pernyataan Penampilan merupakan hal yang dianjurkan pada PT. Pekanbaru Pos

Alternatife jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat setuju	3	10 %
Setuju	17	56,67 %
Netral	10	33,33 %
Tidak setuju	-	-
Sangat tidak setuju	-	-
Total	30 orang	100 %

Sumber : Hasil Pengolahan Data

Dari table V.4 diatas dapat dilihat bahwa (3) responden atau (10)% menyatakan sangat setuju, (17) atau (56,67)% responden menyatakan setuju, (10) responden atau (33,33)% menyatakan netral, (-) responden atau (-)% menyatakan tidak setuju. Dan tidak ada responden yang tidak setuju.

Tabel V.5 : Tanggapan responden mengenai pernyataan Masyarakat tertarik melihat penampilan dari sales PT. Pekanbaru Pos

Alternatife jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat setuju	4	13,33 %
Setuju	17	56,67 %
Netral	9	30 %
Tidak setuju	-	-
Sangat tidak setuju	-	-
Total	30 orang	100 %

Sumber : Hasil Pengolahan Data

Dari table V.5 diatas dapat dilihat bahwa (4) respondenn atau (13,33)% menyatakan sangat setuju, (17) responden atau (56,67)% menyatakan setuju, (9) responden atau (30)% menyatakan netral, (-) responden atau (-)% menyatakan tidak setuju. Dan tidak ada responden yang tidak setuju.

Tabel V.6 : Tanggapan responden mengenai pernyataan Penampilan anda sudah sesuai dengan apa yang dianjurkan pada PT. Pekanbaru Pos.

Alternatife jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat setuju	2	6,67 %
Setuju	15	50 %
Netral	13	43,33 %
Tidak setuju	-	-
Sangat tidak setuju	-	-
Total	30 orang	100 %

Sumber : Hasil Pengolahan Data

Dari table V.6 diatas dapat dilihat bahwa (2) respondenn atau (6,67)% menyatakan sangat setuju, (15) responden atau (50)% menyatakan setuju, (13) responden atau (43,33)% menyatakan netral, (-) responden atau (-)% menyatakan tidak setuju. Dan tidak ada responden yang tidak setuju.

Tabel V.7 : Tanggapan responden mengenai pernyataan Penampilan anda meningkatkan penjualan pada PT. Pekanbaru Pos

Alternatife jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat setuju	3	10 %
Setuju	17	56,67 %
Netral	9	30 %
Tidak setuju	1	3,33 %
Sangat tidak setuju	-	-
Total	30 orang	100 %

Sumber : Hasil Pengolahan Data

Dari table V.7 diatas dapat dilihat bahwa (3) respondenn atau (10)% menyatakan sangat setuju, (17) responden atau (56,67)% menyatakan setuju, (9) responden atau (30)% menyatakan netral, (1) responden atau (3,33)% menyatakan tidak setuju. Dan tidak ada responden yang sangat tidak setuju.

Tabel V.8 : Tanggapan responden mengenai pernyataan Penampilan anda sudah sesuai dengan apa yang dianjurkan pada PT. Pekanbaru Pos

Alternatife jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat setuju	5	16,67 %
Setuju	10	33,33 %
Netral	13	43,33 %
Tidak setuju	2	6,67 %
Sangat tidak setuju	-	-
Total	30 orang	100 %

Sumber : Hasil Pengolahan Data

Dari table V.8 diatas dapat dilihat bahwa (5) responden atau (16,67)% menyatakan sangat setuju, (10) responden atau (33,33)% menyatakan setuju, (13) responden atau (43,33)% menyatakan netral, (2) responden atau (6,67)% menyatakan tidak setuju. Dan tidak ada responden yang sangat tidak setuju.

Tabel V.9 Rekapitulasi Variabel Penampilan (X1)

No	Pertanyaan	Sangat setuju	Setuju	Netral	Tidak setuju	Sangat tidak setuju	Jumlah
1	• Penampilan merupakan hal yang dianjurkan pada PT. Pekanbaru Pos	3	17	10	-	-	30
2	• Masyarakat tertarik melihat penampilan dari sales PT. Pekanbaru Pos	4	17	9	-	-	30
3	• Penampilan anda sudah sesuai dengan apa yang dianjurkan pada PT. Pekanbaru Pos	2	15	13	-	-	30
4	• Penampilan anda meningkatkan penjualan pada PT. Pekanbaru Pos	3	17	9	1	-	30
5	• Penampilan anda menambah semangat bekerja pada PT. Pekanbaru Pos.	5	10	13	2	-	30
	Jumlah	17	76	54	3	-	150
	Persentase	11,33	50,67	36	2	-	100

Sumber : data hasil olahan

Dari table diatas tanggapan responden pada PT. Pekanbaru Pos dapat diambil kesimpulan bahwa dari rekapitulasi variable penampilan yaitu 17 responden dengan persentase (11,33%) menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 76 reesponden

dengan persentase (50,67%) menyatakan setuju, dan sebanyak 54 responden dengan persentase (36%) menyatakan netral, sebanyak 3 responden dengan persentase (2%) menyatakan tidak setuju. Dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

2. Pengetahuan Produk

Pengetahuan Produk / Product Knowledge merupakan hal yang sangat penting dalam pemasaran produk. Adapun tanggapan para responden mengenai pengetahuan produk (x_2) ini adalah :

Tabel V.10 : Tanggapan responden mengenai pernyataan anda memahami teori yang berkaitan dengan pekerjaan anda dengan baik.

Alternatife jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat setuju	6	20 %
Setuju	12	40 %
Netral	10	33,33 %
Tidak setuju	2	6,67 %
Sangat tidak setuju	-	-
Total	30 orang	100 %

Sumber : Hasil Pengolahan Data

Dari table V.10 diatas dapat dilihat bahwa (6) responden atau (20)% menyatakan sangat setuju, (12) responden atau (40)% menyatakan setuju, (10) responden atau (33,33)% menyatakan netral, (2) responden atau (6,67)% menyatakan tidak setuju.

Dan tidak ada responden yang sangat tidak setuju.

Tabel V.11 : Tanggapan responden mengenai pernyataan anda memahami semua aturan yang berkaitan terhadap pekerjaan dengan baik.

Alternatife jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat setuju	4	13,33 %
Setuju	11	36,67 %
Netral	13	43,33 %
Tidak setuju	2	6,67 %
Sangat tidak setuju	-	-
Total	30 orang	100 %

Sumber : Hasil Pengolahan Data

Dari table V.11 diatas dapat dilihat bahwa (4) responden atau (13,33)% menyatakan sangat setuju, (11) responden atau (36,67)% menyatakan setuju, (13) responden atau (43,33)% menyatakan netral, (2) responden atau (6,67)% menyatakan tidak setuju. Dan tidak ada responden yang sangat tidak setuju.

Tabel V.12 : Tanggapan responden mengenai pernyataan anda memiliki pengetahuan dalam hal pelayanan yang baik dalam bidang pekerjaan yang anda lakukan.

Alternatife jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat setuju	5	16,67 %
Setuju	10	33,33 %
Netral	13	43,33 %
Tidak setuju	2	6,67 %
Sangat tidak setuju	-	-
Total	30 orang	100 %

Sumber : Hasil Pengolahan Data

Dari table V.12 diatas dapat dilihat bahwa (5) responden atau (16,67)% menyatakan sangat setuju, (10) responden atau (33,33)% menyatakan setuju, (13) responden atau (43,33)% menyatakan netral, (2) responden atau (6,67)% menyatakan tidak setuju. Dan tidak ada responden yang sangat tidak setuju.

Tabel V.13 : Tanggapan responden mengenai pernyataan anda dapat berpikir kreatif dalam melaksanakan pekerjaan

Alternatife jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat setuju	3	10 %
Setuju	17	56,67 %
Netral	10	33,33 %
Tidak setuju	-	-
Sangat tidak setuju	-	-
Total	30 orang	100 %

Sumber : Hasil Pengolahan Data

Dari table V.13 diatas dapat dilihat bahwa (3) responden atau (10)% menyatakan sangat setuju, (17) responden atau (56,67)% menyatakan setuju, (10) responden

atau (33,33)% menyatakan netral, (-) responden atau (-)% menyatakan tidak setuju.

Dan tidak ada responden yang tidak setuju.

Tabel V.14 : Tanggapan responden mengenai pernyataan anda dapat memberikan ide yang baik dalam bekerja.

Alternatife jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat setuju	5	16,67 %
Setuju	14	46,67 %
Netral	10	33,33 %
Tidak setuju	1	3,33 %
Sangat tidak setuju	-	-
Total	30 orang	100 %

Sumber : Hasil Pengolahan Data

Dari table V.14 diatas dapat dilihat bahwa (5) responden atau (16,67)% menyatakan sangat setuju, (14) responden atau (46,67)% menyatakan setuju, (10) responden atau (33,33)% menyatakan netral, (1) responden atau (3,33)% menyatakan tidak setuju. Dan tidak ada responden yang sangat tidak setuju.

Tabel V. 15 Rekapitulasi Variabel Pengetahuan Produk (X2)

No	Pertanyaan	Sangat setuju	Setuju	Netral	Tidak setuju	Sangat tidak setuju	Jumlah
1	• anda memahami teori yang berkaitan dengan pekerjaan anda dengan baik.	6	12	10	2	-	30
2	• anda memahami semua aturan yang berkaitan terhadap pekerjaan dengan baik.	4	11	13	2	-	30
3	• anda memiliki pengetahuan dalam hal pelayanan yang baik dalam bidang pekerjaan yang anda lakukan.	5	10	13	2	-	30
4	• anda dapat berpikir kreatif dalam melaksanakan pekerjaan	3	17	10	-	-	30
5	• anda dapat memberikan ide yang baik dalam bekerja.	5	14	10	1	-	30
	Jumlah	23	64	56	7	-	150
	Persentase	15,33	42,67	37,33	4,67	-	100

Sumber : data hasil olahan

Dari table diatas tanggapan responden pada PT. Pekanbaru Pos dapat diambil kesimpulan bahwa dari rekapitulasi variable pengetahuan produk yaitu 23 responden dengan persentase (15,33%) menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 64 reesponden dengan persentase (42,67%) menyatakan setuju, dan sebanyak 56 responden dengan persentase (37,33%) menyatakan netral. Dan 7 responden dengan persentase (4,67%) menyatakan tidak setuju. Dan yang menyatakan sangat tidak setuju tidak ada.

3. Pengalaman

Faktor kemampuan seseorang tidak cukup hanya dilihat dari segi pelatihan dan pengembangan saja namu juga didasarkan pada pengalaman-pengalaman yang ada. Dalam penelitian ini pengalaman merupakan variable (x_3). Adapun tanggapan responden mengenai tanggapan pengalaman (x_3) ialah :

Tabel V.16 : Tanggapan responden mengenai pernyataan anda memiliki pengalaman dalam bidang pekerjaan anda.

Alternatife jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat setuju	8	26,67 %
Setuju	13	43,33 %
Netral	7	23,33 %
Tidak setuju	2	6,67 %
Sangat tidak setuju	-	-
Total	30 orang	100 %

Sumber : Hasil Pengolahan Data

Dari table V.16 diatas dapat dilihat bahwa (8) responden atau (26,67)% menyatakan sangat setuju, (13) responden atau (43,33)% menyatakan setuju, (7) responden atau (23,33)% menyatakan netral, (2) responden atau (6,67)% menyatakan tidak setuju. Dan tidak ada responden yang sangat tidak setuju.

Tabel V.17 : Tanggapan responden mengenai pernyataan anda selalu bertanya kepada senior anda dalam pekerjaan yang anda lakukan

Alternatife jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat setuju	5	16,67 %
Setuju	15	50 %
Netral	7	23,33 %
Tidak setuju	3	10 %
Sangat tidak setuju	-	-
Total	30 orang	100 %

Sumber : Hasil Pengolahan Data

Dari table V.17 diatas dapat dilihat bahwa (5) responden atau (16,67)% menyatakan sangat setuju, (15) responden atau (50)% menyatakan setuju, (7) responden atau (23,33)% menyatakan netral, (3) responden atau (10)% menyatakan tidak setuju. Dan tidak ada responden yang sangat tidak setuju.

Tabel V.18 : Tanggapan responden mengenai pernyataan anda belajar dari pengalaman masa lalu anda.

Alternatife jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat setuju	6	20 %
Setuju	14	46,67 %
Netral	6	20 %
Tidak setuju	4	13,33 %
Sangat tidak setuju	-	-
Total	30 orang	100 %

Sumber : Hasil Pengolahan Data

Dari table V.18 diatas dapat dilihat bahwa (6) responden atau (20)% menyatakan sangat setuju, (14) responden atau (46,67)% menyatakan setuju, (6) responden atau (20)% menyatakan netral, (4) responden atau (13,33)% menyatakan tidak setuju. Dan tidak ada responden yang sangat tidak setuju.

Tabel V.19 : Tanggapan responden mengenai pernyataan anda mampu menerapkan pengalaman anda pada bidang pekerjaan yang anda lakukan.

Alternatife jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat setuju	2	6,67 %
Setuju	16	53,33 %
Netral	12	40 %
Tidak setuju	-	-
Sangat tidak setuju	-	-
Total	30 orang	100 %

Sumber : Hasil Pengolahan Data

Dari table V.19 diatas dapat dilihat bahwa (2) responden atau (6,67)% menyatakan sangat setuju, (16) responden atau (53,33)% menyatakan setuju, (12) responden atau (40)% menyatakan netral, (-) responden atau (-)% menyatakan tidak setuju. Dan tidak ada responden yang tidak setuju.

Tabel V.20 : Tanggapan responden mengenai pernyataan perusahaan anda selalu belajar pada pengalaman.

Alternatife jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat setuju	4	13,33 %
Setuju	10	33,33 %
Netral	14	46,67 %
Tidak setuju	2	6,67 %
Sangat tidak setuju	-	-
Total	30 orang	100 %

Sumber : Hasil Pengolahan Data

Dari table V.20 diatas dapat dilihat bahwa (4) responden atau (13,33)% menyatakan sangat setuju, (10) responden atau (33,33)% menyatakan setuju, (14) responden atau (46,67)% menyatakan netral, (2) responden atau (6,67)% menyatakan tidak setuju. Dan tidak ada responden yang sangat tidak setuju.

Tabel V. 21 Rekapitulasi Variabel Pengalaman (X3)

No	Pertanyaan	Sangat setuju	Setuju	Netral	Tidak setuju	Sangat tidak setuju	Jumlah
1	• anda memiliki pengalaman dalam bidang pekerjaan anda	8	13	7	2	-	30
2	• anda selalu bertanya kepada senior anda dalam pekerjaan yang anda lakukan	5	15	7	3	-	30
3	• anda belajar dari pengalaman masa lalu anda	6	14	6	4	-	30
4	• anda mampu menerapkan pengalaman anda pada bidang pekerjaan yang anda lakukan	2	16	12	-	-	30
5	• perusahaan anda selalu belajar pada pengalaman.	4	10	14	2	-	30
	Jumlah	25	68	46	11	-	150
	Persentase	16,67	45,33	30,67	7,33	-	100

Sumber : data hasil olahan

Dari table diatas tanggapan responden pada PT. Pekanbaru Pos dapat diambil kesimpulan bahwa dari rekapitulasi variable pengalaman yaitu 25 responden dengan persentase (16,67%) menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 68 reesponden dengan persentase (45,33%) menyatakan setuju, dan sebanyak 46 responden dengan persentase (30,67%) menyatakan netral. Dan 11 responden dengan persentase (7,33%) menyatakan tidak setuju. Dan yang menyatakan sangat tidak setuju tidak ada.

4. Negosiasi

Negosiasi merupakan hal yang juga penting dalam melakukan penjualan produk bagaimana menjadikan penawaran-penawaran itu menjadi deal. Dalam penelitian ini Negosiasi juga Variabel (X4), adapun tanggapan responden mengenai Negosiasi ini ialah :

Tabel V.22 : Tanggapan responden mengenai pernyataan Anda mampu bernegosiasi dengan baik.

Alternatife jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat setuju	2	6,67 %
Setuju	16	53,33 %
Netral	12	40 %
Tidak setuju	-	-
Sangat tidak setuju	-	-
Total	30 orang	100 %

Sumber : Hasil Pengolahan Data

Dari table V.22 diatas dapat dilihat bahwa (2) responden atau (6,67)% menyatakan sangat setuju, (16) responden atau (53,33)% menyatakan setuju, (12) responden atau (40)% menyatakan netral, (-) responden atau (-)% menyatakan tidak setuju. Dan tidak ada responden yang tidak setuju.

Tabel V.23 : Tanggapan responden mengenai pernyataan Perusahaan anda selalu mengajarkan teknik negosiasi yang baik.

Alternatife jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat setuju	4	13,33 %
Setuju	18	60 %
Netral	8	26,67 %
Tidak setuju	-	-
Sangat tidak setuju	-	-
Total	30 orang	100 %

Sumber : Hasil Pengolahan Data

Dari table V.23 diatas dapat dilihat bahwa (4) responden atau (13,33)% menyatakan sangat setuju, (18) responden atau (60)% menyatakan setuju, (8) responden atau (26,67)% menyatakan netral, (-) responden atau (-)% menyatakan tidak setuju. Dan tidak ada responden yang tidak setuju.

Tabel V.24 : Tanggapan responden mengenai pernyataan Anda selalu mengedepankan dalam hal negosiasi.

Alternatife jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat setuju	3	10 %
Setuju	16	53,33 %
Netral	11	36,67 %
Tidak setuju	-	-
Sangat tidak setuju	-	-
Total	30 orang	100 %

Sumber : Hasil Pengolahan Data

Dari table V.24 diatas dapat dilihat bahwa (3) responden atau (10)% menyatakan sangat setuju, (16) responden atau (53,33)% menyatakan setuju, (11) responden atau (36,67)% menyatakan netral, (-) responden atau (-)% menyatakan tidak setuju. Dan tidak ada responden yang tidak setuju.

Tabel V.25 : Tanggapan responden mengenai pernyataan Pimpinan anda selalu mengedepankan negosiasi

Alternatife jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat setuju	4	13,33 %
Setuju	18	60 %
Netral	8	26,67 %
Tidak setuju	-	-
Sangat tidak setuju	-	-
Total	30 orang	100 %

Sumber : Hasil Pengolahan Data

Dari table V.25 diatas dapat dilihat bahwa (4) responden atau (13,33)% menyatakan sangat setuju, (18) responden atau (60)% menyatakan setuju, (8) responden atau (26,67)% menyatakan netral, (-) responden atau (-)% menyatakan tidak setuju. Dan tidak ada responden yang tidak setuju.

Tabel V.26 : Tanggapan responden mengenai pernyataan Anda mengerti dengan apa yang dimaksud dengan negosiasi

Alternatife jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat setuju	6	20 %
Setuju	13	43,33 %
Netral	8	26,67 %
Tidak setuju	3	10 %
Sangat tidak setuju	-	-
Total	30 orang	100 %

Sumber : Hasil Pengolahan Data

Dari table V.26 diatas dapat dilihat bahwa (6) responden atau (20)% menyatakan sangat setuju, (13) responden atau (43,33)% menyatakan setuju, (8) responden atau (26,67)% menyatakan netral, (3) responden atau (10)% menyatakan tidak setuju. Dan tidak ada responden yang sangat tidak setuju.

Tabel V. 27 Rekapitulasi Variabel Negosiasi (X4)

No	Pertanyaan	Sangat setuju	Setuju	Netral	Tidak setuju	Sangat tidak setuju	Jumlah
1	• Anda mampu bernegosiasi dengan baik.	2	16	12	-	-	30
2	• Perusahaan anda selalu mengajarkan teknik negosiasi yang baik.	4	18	8	-	-	30
3	• Anda selalu mengedepankan dalam hal negosiasi.	3	16	11	-	-	30
4	• Pimpinan anda selalu mengedepankan negosiasi	4	18	8	-	-	30
5	• Anda mengerti dengan apa yang dimaksud dengan negosiasi.	6	13	8	3	-	30
	Jumlah	19	81	47	3	-	150
	Persentase	12,67	54	31,33	2	-	100

Sumber : data hasil olahan

Dari table diatas tanggapan responden pada PT. Pekanbaru Pos dapat diambil kesimpulan bahwa dari rekapitulasi variable negosiasi yaitu 19 responden dengan persentase (12,67%) menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 81 reesponden dengan persentase (54%) menyatakan setuju, dan sebanyak 47 responden dengan persentase (31,33%) menyatakan netral, dan sebanyak 3

responden dengan persentase (2%) menyatakan tidak setuju. Dan yang menyatakan sangat tidak setuju tidak ada.

5. Skill / Keahlian

Skill / Keahlian adalah salah satu pokok penting dalam bidang marketing. Tanpa adanya skill yang memadai dalam memasarkan dan menjual produk maka pengaruhnya terhadap volume penjualan akan sangat berpengaruh. Untuk itu dalam penelitian ini skill/ keahlian merupakan variable (y).

Tanggapan responden mengenai skill dalam proses penjualan.

Tabel V.28 : Tanggapan responden mengenai pernyataan Anda mampu bekerja sama dengan rekan kerja

Alternatife jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat setuju	3	10 %
Setuju	17	56,67 %
Netral	10	33,33 %
Tidak setuju	-	-
Sangat tidak setuju	-	-
Total	30 orang	100 %

Sumber : Hasil Pengolahan Data

Dari table V.28 diatas dapat dilihat bahwa (3) respondenn atau (10)% menyatakan sangat setuju, (17) responden atau (56,67)% menyatakan setuju, (10) responden atau (33,33)% menyatakan netral, (-) responden atau (-)% menyatakan tidak setuju. Dan tidak ada responden yang tidak setuju.

Tabel V.29: Tanggapan responden mengenai pernyataan Anda mampu memecahkan masalah yang terjadi dalam pekerjaan.

Alternatife jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat setuju	4	13,33 %
Setuju	17	56,67 %
Netral	9	30 %
Tidak setuju	-	-
Sangat tidak setuju	-	-
Total	30 orang	100 %

Sumber : Hasil Pengolahan Data

Dari table V.29 diatas dapat dilihat bahwa (4) respondenn atau (13,33)% menyatakan sangat setuju, (17) responden atau (56,67)% menyatakan setuju, (9) responden atau (30)% menyatakan netral, (-) responden atau (-)% menyatakan tidak setuju. Dan tidak ada responden yang tidak setuju.

Tabel V.30 : Tanggapan responden mengenai pernyataan Anda memiliki kemampuan berkomunikasi secara baik dengan kerja.

Alternatife jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat setuju	2	6,67 %
Setuju	15	50 %
Netral	13	43,33 %
Tidak setuju	-	-
Sangat tidak setuju	-	-
Total	30 orang	100 %

Sumber : Hasil Pengolahan Data

Dari table V.30 diatas dapat dilihat bahwa (2) respondenn atau (6,67)% menyatakan sangat setuju, (15) responden atau (50)% menyatakan setuju, (13) responden atau (43,33)% menyatakan netral, (-) responden atau (-)% menyatakan tidak setuju. Dan tidak ada responden yang tidak setuju.

Tabel V.31 : Tanggapan responden mengenai pernyataan Semakin besar beban yag diberikan perusahaan kepada saya semakin besar tanggung jawab yang saya terima.

Alternatife jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat setuju	4	13,34 %
Setuju	13	43,33 %
Netral	13	43,33 %
Tidak setuju	-	-
Sangat tidak setuju	-	-
Total	30 orang	100 %

Sumber : Hasil Pengolahan Data

Dari table V.31 diatas dapat dilihat bahwa (4) responden atau (13,34)% menyatakan sangat setuju, (13) responden atau (43,33)% menyatakan setuju, (13)

responden atau (43,33)% menyatakan netral, (-) responden atau (-)% menyatakan tidak setuju. Dan tidak ada responden yang tidak setuju.

Tabel V.32 : Tanggapan responden mengenai pernyataan Saya selalu mengedepankan skill saya dalam meningkat volume penjualan saya

Alternatife jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat setuju	4	13,33 %
Setuju	18	60 %
Netral	8	26,67 %
Tidak setuju	-	-
Sangat tidak setuju	-	-
Total	30 orang	100 %

Sumber : Hasil Pengolahan Data

Dari table V.32 diatas dapat dilihat bahwa (4) respondenn atau (13,33)% menyatakan sangat setuju, (18) responden atau (60)% menyatakan setuju, (8) responden atau (26,67)% menyatakan netral, (-) responden atau (-)% menyatakan tidak setuju. Dan tidak ada responden yang tidak setuju.

Tabel V. 33 Rekapitulasi Variabel Sales skill (Y)

No	Pertanyaan	Sangat setuju	Setuju	Netral	Tidak setuju	Sangat tidak setuju	Jumlah
1	• Anda mampu bekerja sama dengan rekan kerja.	3	17	10	-	-	30
2	• Anda mampu memecahkan masalah yang terjadi dalam pekerjaan.	4	17	9	-	-	30
3	• Anda memiliki kemampuan berkomunikasi secara baik dengan kerja.	2	15	13	-	-	30
4	• Semakin besar beban yang diberikan perusahaan kepada saya semakin besar tanggung jawab yang saya terima.	4	13	13	-	-	30
5	• Saya selalu mengedepankan skill saya dalam meningkat volume penjualan saya.	4	18	8	-	-	30
	Jumlah	17	80	53	-	-	150
	Persentase	11,33	53,34	35,33	-	-	100

Sumber : data hasil olahan

Dari table diatas tanggapan responden pada PT. Pekanbaru Pos dapat diambil kesimpulan bahwa dari rekapitulasi variable Sales skill yaitu 17 responden dengan persentase (11,33%) menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 80 reesponden dengan persentase (53,34%) menyatakan setuju, dan sebanyak 53 responden dengan persentase (35,33%) menyatakan netral. Dan yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak ada.

C. Uji Reliabilitas Data

Uji realibilitas diukur dngan menggunakan uji cronbach alpa (α) dengan ketentuan jika $\alpha > 0,60$ maka dikattakan realibel.

Tabel V.34 : Hasil Uji Reliabilitas Menggunakan Uji Cronbach Alpha

Realibel	Item pertanyaan	alpha
penampilan	5	0,8648
pengetahuan produk	5	0,9294
pengalaman	5	0,9583
negosiasi	5	0.9052
Sales skill	5	0,8335

Sumber : data olahan penelitian

Berdasarkan hasil uji reailitas diatas dapat disimpulkan bahwa variabel dalam peelitian ini dinyatakan reabil karena besar dari 0,60. Ini berarti kuesioner yang dijawab oleh responden terhadap pertanyaan yang diajukan adalah konsisten dengan keadaannya.

Tabel V. 35 : Hasil Analisis Validitas Angket Untuk Variabel Sales Skill (Y)

Item Pertanyaan	Nilai r hasil i	Kesimpulan
Pertanyaan 1	0,6531	Valid
Pertanyaan 2	0,4196	Valid
Pertanyaan 3	0,7231	Valid
Pertanyaan 4	0,6531	Valid
Pertanyaan 5	0,7231	Valid

Sumber : data olahan

Dari Tabel V. 27 di atas dapat dilihat bahwa r hasil sales skill 1 = 0,6531 $>$ r tabel = 0,1806. r sales skill 2 = 0,4196 $>$ r tabel 0,1806. r sales skill 3 = 0,7231 $>$ r tabel 0,1806. r hasil sales skill 4 = 0,6531 $>$ r tabel 0,1806. r hasil sales skill 5 = 0,7231 $>$ r tabel 0,1806. Maka dapat disimpulkan bahwa item-item yang digunakan pada analisis sales skill adalah valid.

Tabel V. 36 : Hasil Analisis Validitas Angket Untuk Variabel Penampilan (X_1)

Item Pertanyaan	Nilai r hasil i	Kesimpulan
Pertanyaan 1	0,6932	Valid
Pertanyaan 2	0,6410	Valid
Pertanyaan 3	0,7312	Valid
Pertanyaan 4	0,6932	Valid
Pertanyaan 5	0,6708	Valid

Sumber : data olahan

Dari Tabel V. 36 di atas dapat dilihat bahwa r hasil penampilan 1 = 0,6932 $>$ r tabel = 0,1806. r hasil penampilan 2 = 0,6410 $>$ r tabel 0,1806. r hasil penampilan 3 = 0,7312 $>$ r tabel 0,1806. r hasil penampilan 4 = 0,6932 $>$ r tabel 0,1806. r hasil penampilan 5 = 0,6708 $>$ r tabel 0,1806. Maka dapat disimpulkan bahwa item-item yang digunakan pada analisis penampilan adalah valid.

Tabel V. 37 : Hasil Analisis Validitas Angket Untuk Variabel Pengetahuan produk (X_2)

Item Pertanyaan	Nilai r hasil i	Kesimpulan
Pertanyaan 1	0,8964	Valid
Pertanyaan 2	0,6753	Valid
Pertanyaan 3	0,8025	Valid
Pertanyaan 4	0,8964	Valid
Pertanyaan 5	0,8025	Valid

Sumber : data olahan

Dari Tabel V. 37 di atas dapat dilihat bahwa r Pengetahuan Produk 1 = 0,8964 $>$ r tabel = 0,1806. r hasil Pengetahuan Produk 2 = 0,6753 $>$ r tabel 0,1806. r hasil Pengetahuan Produk 3 = 0,8025 $>$ r tabel 0,1806. r hasil Pengetahuan Produk 4 = 0,8964 $>$ r tabel 0,1806. r hasil Pengetahuan Produk 5 = 0,8025 $>$ r tabel 0,1806.

Maka dapat disimpulkan bahwa item-item yang digunakan pada analisis Pengetahuan Produk adalah valid.

Tabel V. 38 : Hasil Analisis Angket Untuk Variabel pengalaman (X_3)

Item Pertanyaan	Nilai r hasil i	Kesimpulan
Pertanyaan 1	0,8754	Valid
Pertanyaan 2	0,8599	Valid
Pertanyaan 3	0,9030	Valid
Pertanyaan 4	0,8754	Valid
Pertanyaan 5	0,9030	Valid

Sumber : data olahan

Dari Tabel V. 38 di atas dapat dilihat bahwa r hasil pengalaman 1 = 0,8754 > r tabel = 0,1806. r hasil pengalaman 2 = 0,8599 > r tabel 0,1806. r hasil pengalaman 3 = 0,9030 > r tabel 0,1806. r hasil pengalaman 4 = 0,8754 > r tabel 0,1806. r hasil pengalaman 5 = 0,9030 > r tabel 0,1806. Maka dapat disimpulkan bahwa item-item yang digunakan pada analisis pengalaman adalah valid.

Tabel V.39 : Hasil Analisis Validitas Angket Untuk Variabel Negosiasi (X_4)

Item Pertanyaan	Nilai r hasil i	Kesimpulan
Pertanyaan 1	0,7980	Valid
Pertanyaan 2	0,6488	Valid
Pertanyaan 3	0,7852	Valid
Pertanyaan 4	0,7980	Valid
Pertanyaan 5	0,7852	Valid

Sumber : data olahan

Dari Tabel V. 39 di atas dapat dilihat bahwa r hasil Negosiasi 1 = 0,7980 > r tabel = 0,1806. r hasil Negosiasi 2 = 0,6488 > r tabel 0,1806. r hasil Negosiasi 3 = 0,7852 > r tabel 0,1806. r hasil Negosiasi 4 = 0,7980 > r tabel 0,1806. r hasil Negosiasi 5 = 0,7852 > r tabel 0,1806. Maka dapat disimpulkan bahwa item-item yang digunakan pada analisis Negosiasi adalah valid.

D. Uji asumsi klasik

1. Uji Normalitas

Tabel V.40. Hasil uji normalitas

Descriptive Statistics									
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std.	Skewness		Kurtosis	
	Statistik	Statistik	Statistik	Statistik	Statistik	Statistik	Std. Error	Statistik	Std. Error
Unstandardized Residual	30	-2.523	3.040	.00000	1.0898	.117	.427	1.407	.833
Valid N (listwise)	30								

Terlihat bahwa ratio skewness = $0,117/0,427 = 0,274$; sedangkan ratio kurtosis = $1,407/0,833 = 1,689$ maka distribusi adalah normal

Rasio skewness dan rasio kurtosis dapat dijadikan petunjuk apakah suatu data berdistribusi normal atau tidak. Rasio skewness adalah nilai skewness dibagi dengan standard error skewness; sedang rasio kurtosis adalah nilai kurtosis dibagi dengan standard error kurtosis. Sebagai pedoman, bila rasio kurtosis dan skewness berada di antara -2 hingga +2, maka distribusi data adalah normal.

2. Uji Autokorelasi

Tabel V.41 Hasil uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.910 ^a	.828	.801	1.174	2.245

a. Predictors: (Constant), negosiasi, pengetahuan produk, pengalaman, penampilan

b. Dependent Variable: sales skill

Hipotesis yang diuji adalah:

$H_0 : \rho = 0$ (baca: hipotesis nolnya adalah tidak ada autokorelasi)

$H_a : \rho \neq 0$ (baca: hipotesis alternatifnya adalah ada autokorelasi)

Keputusan ada tidaknya autokorelasi adalah:

- Bila nilai DW lebih kecil dari pada d_L , koefisien autokorelasi lebih besar dari pada nol. Artinya, ada autokorelasi positif.

3. Uji Multikolinieritas

Ada banyak cara untuk menentukan apakah suatu model memiliki gejala Multikolinieritas, pada modul ini hanya diperkenalkan 2 cara, yaitu VIF dan Uji Korelasi.

- Uji VIF

Untuk menentukan apakah hubungan antara dua variabel bebas memiliki masalah multikolinieritas adalah melihat nilai Significance (2-tailed), jika nilainya lebih kecil dari 0,05 (= 5%) maka diindikasikan memiliki gejala Multikolinieritas yang serius. Dari seluruh nilai significance (2-tailed) diatas, yaitu lebih besar dari 0,05 (= 5%) dapat disimpulkan seluruh variabel terbebas dari masalah Multikolinieritas.

4. Uji Heteroskedastisitas

Tabel V. 42 Hasil Uji Heteroskedastisitas

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.752	2.009		-.872	.391
	penampilan	0,103	.109	.176	.944	.354
	pengetahuan produk	.135	.154	-.402	.263	.385
	pengalaman	.041	.106	.050	.388	.702
	negosiasi	.410	.189	.339	2.171	.040

a. Dependent Variable: sales skill

nilai t-statistik variabel penjelas secara statistik tidak ada yang signifikan mempengaruhi residual maka dapat dipastikan model ini tidak mengalami masalah Heteroskedastisitas.

E. Uji regresi linier

Analisis regresi linier berganda adalah variable yang diangkat lebih dari dua variable dengan menghubungkan satu variable dependent dengan beberapa variable indevident. Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan komputer SPSS versi 13.00 diperoleh data sebagai berikut:

Tabel V. 43 : Hasil Analisis Koefisien Regresi Linear Berganda

Keterangan	Koefisien Korelasi	Standart Error	T hitung	Sig
penampilan (X ₁)	0,103	0,109	0,944	0,354
pengetahuan produk (X ₂)	0,135	0,154	0,263	0,385
pengalaman (X ₃)	0,041	0,106	0,388	0,702
negosiasi (X ₄)	0,410	0,189	2,171	0,040
Konstanta	1.752	2.009	-0,872	0,391
R square	: 0,828			
R	: 0,910			
Adjusted R Squere	: 0,801			
Standart Error	: 1,174			
F ratio	: 30,183			

Sumber : data olahan

Berdasarkan Tabel V.43 di atas maka didapat hasil persamaan regresi linear berganda dalam analisis sebagai berikut :

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

$$Y = 1.752 + 0,103 X_1 + 0,135X_2 + 0,041 X_3 + 0,410 X_4 + 0,1$$

Keterangan :

Konstanta dari persamaan regresi sebesar 1.752 yang merupakan nilai ketetapan

Dari persamaan regresi berganda dapat didapatkan analisis sebagai berikut :

- Nilai konstanta sebesar 1.752, ini berarti jika variabel bebas (penampilan, pengetahuan produk, pengalaman, negosiasi) bernilai 0, maka peningkatan penjualan barang pada PT. Pekanbaru Pos yang terjadi sebesar 1.752 atau 17.52 %. Ini menunjukkan peningkatan sales skill adalah 17.52 % dengan nilai variabel bebas dianggap konstan.
- Koefisien variabel penampilan (X1) sebesar 0,103 atau 10,3 %, ini menunjukkan besarnya pengaruh penampilan terhadap sales skill. Tanda positif menunjukkan koefisien arah hubungan yang positif. Dengan arti setiap ada peningkatan 1 satuan variabel penampilan, maka peningkatan sales skill akan meningkat sebesar 10,3 % dengan asumsi variabel lain dianggap konstan.
- Koefisien variabel pengetahuan produk (X2) sebesar 0,135 atau 13.5 %, ini menunjukkan besarnya pengaruh pengetahuan produk terhadap peningkatan sales skill. Tanda positif menunjukkan koefisien arah hubungan yang positif. Dengan arti setiap ada peningkatan 1 satuan variabel pengetahuan produk, maka peningkatan sales skill akan meningkat sebesar 13.5 % dengan asumsi variabel lain dianggap konstan.
- Koefisien variabel pengalaman (X3) sebesar 0,041 atau 0.41 %, ini menunjukkan besarnya pengaruh pengalaman terhadap peningkatan sales skill. Tanda positif menunjukkan koefisien arah hubungan yang positif. Dengan arti setiap ada peningkatan 1 satuan variabel

pengalaman, maka peningkatan sales skill akan meningkat sebesar 0.41 % dengan asumsi variabel lain dianggap konstan.

- Koefisien variabel negosiasi (X_4) sebesar 0,410 atau 4.10 %, ini menunjukkan besarnya pengaruh negosiasi terhadap peningkatan sales skill. Tanda positif menunjukkan koefisien arah hubungan yang positif. Dengan arti setiap ada peningkatan 1 satuan variabel negosiasi, maka peningkatan sales skill akan meningkat sebesar 4.10 % dengan asumsi variabel lain dianggap konstan.

Dari persamaan regresi di atas diketahui bahwa variabel X_1 , X_2 , X_3 dan X_4 bernilai positif. Positif dan negatifnya nilai (beta) menunjukkan arah dari hubungan regresi. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi penampilan, pengetahuan produk, pengalaman dan negosiasi, maka semakin tinggi pula pengaruhnya terhadap sales skill.

F. Uji T

Uji T digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat secara individual serta, untuk mengetahui variabel mana yang mempunyai pengaruh yang lebih kuat berdasarkan perhitungan dengan SPSS versi 13.00 dapat diketahui hasil analisis koefisien regresi seperti pada tabel 35 di bawah ini.

Tabel V. 44 : Koefisien Regresi Variabel Bebas Secara Parsial Terhadap (Variabel Terikat)

Variabel	Beta	T hitung	T tabel	Signifikan
penampilan	0,103	0,944	1,708	0,354
Pengetahuan produk	0,135	0,263	1,708	0,385
pengalaman	0,041	0,388	1,708	0,702
negosiasi	0,410	2,171	1,708	0,040

Sumber : data olahan

Uji T dilakukan dengan membandingkan T hitung dengan T tabel pada tingkat signifikan 5% dari tabel di atas diperoleh hasil pengujian parsial variabel bebas sebagai berikut :

1. Variabel penampilan (X1) menunjukkan t hitung sebesar $0,944 > t$ tabel $1,708$ dengan tingkat signifikan sebesar $0,354$ Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis diterima dan variabel penampilan mempunyai pengaruh positif terhadap peningkatan penjualan barang pada PT. Pekanbaru Pos.
2. Variabel pengetahuan produk (X2) menunjukkan t hitung sebesar $0,263 > t$ tabel $1,708$ dengan tingkat signifikan sebesar $0,385$ Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis diterima dan variabel pengetahuan produk mempunyai pengaruh positif terhadap peningkatan penjualan barang pada PT. Pekanbaru Pos.
3. Variabel pengalaman (X3) menunjukkan t hitung sebesar $0,388 > t$ tabel $1,708$ dengan tingkat signifikan sebesar $0,702$ Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis diterima dan variabel pengalaman mempunyai pengaruh positif terhadap peningkatan penjualan barang pada PT. Pekanbaru Pos.
4. Variabel negosiasi (X4) menunjukkan t hitung sebesar $2,171 > t$ tabel $1,702$ dengan tingkat signifikan sebesar $0,040$ Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis diterima dan variabel negosiasi mempunyai pengaruh positif terhadap peningkatan penjualan barang pada PT. Pekanbaru Pos.

Dari hasil pengujian koefisien regresi masing-masing variabel bebas diatas dapat disimpulkan bahwa keempat variabel bebas (variabel penampilan, pengetahuan produk, pengalaman, negosiasi) mempunyai pengaruh terhadap sales skill dalam peningkatan penjualan barang pada PT.

Pekanbaru Pos. Variabel negosiasi merupakan variabel paling dominan pengaruhnya terhadap sales skill dalam peningkatan sales skill. Hal ini dilihat dari nilai koefisien regresi variabel negosiasi paling besar yaitu sebesar 4.10 %.

G. UJI F

Uji F digunakan untuk menguji apakah semua variabel bebas secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat, maka dengan demikian diperlukan uji F. Dari hasil perhitungan dengan menggunakan program komputer SPSS versi 13.00 bahwa nilai F hitung sebesar 30.183 dan nilai F tabel dengan tingkat keyakinan 5% sebesar 2,17. Hal ini menunjukkan bahwa nilai F hitung $30.183 > F_{2,17}$ tabel maka, variable bebas dalam penelitian ini secara bersama-sama mempengaruhi sales skill maka hipotesis dapat diterima.

H. Analisis Korelasi R

Koefisien korelasi berganda yang disimbolkan dengan r merupakan ukuran keratan hubungan antar variabel terikat dengan semua variabel bebas berdasarkan Tabel 32 diatas dapat diketahui bahwa variabel bebas dalam penelitian ini memiliki hubungan yang sangat erat. Koefisien korelasi berganda (R) sebesar 0,910 ini juga menunjukkan adanya hubungan linear positif antara variabel bebas dengan variabel terikat, yang berarti mempunyai pengaruh yang besar terhadap sales skill dalam peningkatan penjualan barang.

I. Koefisien Korelasi Determinasi Berganda (R square)

Disimbolkan dengan R^2 merupakan ukuran kesesuaian garis regresi linear berganda terhadap suatu data. Berdasarkan Tabel 32 di atas dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi berganda sebesar 0,828 atau sebesar 82,8 %. Hal ini menunjukkan bahwa keempat variabel dalam penelitian ini mampu menjelaskan dan memberikan sumbangan terhadap variabel terikat sebesar 82.8 % sedangkan 17.2 % dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Adapun kesimpulan yang diperoleh yang berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan di atas maka penulis menyimpulkan sebagai berikut :

1. Dari rekapitulasi variabel X_1 maka didapat kesimpulan bahwa 36 % responden menyatakan netral tentang penampilan.
2. Dari rekapitulasi variabel X_2 maka didapat kesimpulan bahwa 37,33 % responden menyatakan netral tentang pengetahuan produk.
3. Dari rekapitulasi variabel X_3 maka didapat kesimpulan bahwa 30,67 % responden menyatakan netral tentang pengalaman.
4. Dari rekapitulasi variabel X_4 maka didapat kesimpulan bahwa 54 % responden menyatakan setuju tentang variabel negosiasi.
5. Validitas semua variabel dalam penelitian ini adalah valid.
6. Variabel yang paling dominan yang mempengaruhi penjualan barang pada PT.Pekanbaru Pos adalah variabel negosiasi.
7. Berdasarkan perhitungan dengan SPSS 13.00 maka didapat nilai R square sebesar 0,828 yang mana semua variabel bebas (X) dalam penelitian ini mempunyai pengaruh terhadap variabel (Y) sebesar 82.8% sedangkan 17.2 % dipengaruhi oleh faktor lain.

8. Adapun regresi linear berganda pada penelitian ini adalah dengan menggunakan rumus : $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$
dimana $Y = 1.752 + 0,103 X_1 + 0,135X_2 + 0,041 X_3 + 0,410 X_4 + 0,1$
Nilai koefisien determinasi berganda sebesar 0,828 atau sebesar 82.8% yang berarti 82.8 % penjualan barang dipengaruhi oleh keempat variabel bebas dalam penelitian ini dan sisanya 17.2 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
9. Semua variabel bebas dalam penelitian ini mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat dengan menggunakan komputer SPSS versi 13.00 bahwa nilai F hitung sebesar 30.183 dan nilai F tabel dengan tingkat keyakinan 5% sebesar 2,17. Hal ini menunjukkan bahwa nilai F hitung $30.183 > F 2,17$ tabel maka, hipotesis dapat diterima.

B. SARAN

Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan pada PT. Pekanbaru Pos, maka penulis dapat memberikan saran-saran sebagai berikut :

1. Agar terjadi peningkatan jumlah penjualan barang Pada PT. Pekanbaru Pos diharapkan tetap meningkatkan penampilan.
2. Pengetahuan produk agar lebih ditingkatkan pada setiap sales pada PT Pekanbaru Pos.
3. Pengalaman harus tetap digali dan dijadikan solusi dalam pengambilan keputusan dalam menetapkan planning pada PT. Pekanbaru Pos.

4. Negosiasi merupakan hal yang paling penting dalam meningkatkan sales skill kaitannya pada kapasitas penjualan surat kabar pada PT. Pekanbaru Pos.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofyan. 2005. *Kiat meningkatkan Produktivitas Kerja*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Buhler, Patricia. 2004. *Manajemen Skill*. Prenada Media. Jakarta.
- Desler, Gary. 2003. *Melatih dan Mengembangkan Karyawan*. PT.Gramedia Pustaka Utama.. Jakarta.
- Hasan, Iqbal. 2002. *Pokok-Pokok Materi Statistik II: Statistik Inferensial*. Penerbit Bumi Aksara. Jakarta.
- Hasibuan, Malayu. 2005. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bumi Aksara. Jakarta.
- _____. 2000. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Penerbit CV. Haji Mas Agung. Jakarta.
- Kotler, Philip. 2001. *Perencanaan Program Pemasaran*. Salemba Empat. Yogyakarta.
- Mangkunegara. 2000. *Manajemen Suumber Daya Manusia*. Edisi kedua. Yogyakarta.
- Rivai, Veithsal, M.B.A. Dato, Fauzi, Ahmal. Basri, Moh. 2005. *Performance Appraisal, system yang tepat untuk menilai kinerja karyawan dan meningkatkan daya saing perusahaan*. PT.Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Rustam, Effendy, 2001. *Marketing Manajemen*. Penerbit Institut Ekonomi dan Manajemen. Widya Gama Malang.
- Sadeli, M, Lili, Ukas, Maman. 2000. *Pengantar Bisnis Ilmu Menjual*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Sastrohadiwiroyo, siswanto. DR. B. 2002. *Manajemen Tenaga Kerja Indonesia*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Sedarmayanti. 2001. *Tata Kerja dan Produktivitas Kerja*. CV.Mandar Maju. Bandung.
- Siagian, Sondang. 2000. *Organisasi Kepemimpinan dan Prilaku Administrasi*. Cetakan Pertama, Gunung Agung. Jakarta.

_____. 2000. *Teori dan Praktek Kepemimpinan*. Cetakan Ketiga. Rineka Cipta. Jakarta.

Siagian, P. 2000. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bumi Aksara. Jakarta.

Simamora, Henry. 2004. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Delapan. Yogyakarta : STIE - YKPN.

_____. 2001. *Organisasi Kepemimpinan dan Perilaku Administrasi*. Cetaka Pertama. Gunung Agung. Jakarta.

Stewart, Grant. 2002. *Sukses Manajemen Penjualan*. Erlangga. Jakarta.

Sugiyono. 2005. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan Ketiga. Penerbit CV. Alpha Beta. Bandung.

_____. 2004. *Statistik Dalam Penelitian*. Cetakan Pertama CV. Alpha Beta. Bandung.

Sutojo, Siswanto. 2003. *Manajemen Penjualan yang Efektif*. Damar Mulia Pustaka. Jakarta.

Al-Qur'an, Surat An-Nisa ayat 103.

Al-Qur'an, Surat Az-Zumar ayat 39.