

HUBUNGAN ANTARA DAYA PERSUASI
DENGAN PRESTASI MENJUAL WIRANIAGA
PT. RAJAWALI NUSINDO
MEDAN

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Psikologi Universitas Medan Area
Guna Memenuhi Syarat-syarat Dalam Meraih Gelar Sarjana



Oleh

GRISBERT

NIM : 12 860 0436

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MEDAN AREA
M E D A N
2013**

JUDUL SKRIPSI : HUBUNGAN ANTARA DAYA PERSUASI
DENGAN PRESTASI MENJUAL WIRANIAGA PT.
RAJAWALI NUSINDO MEDAN

NAMA MAHASISWA : GRISBERT

NIM : 12 860 0436

BAGIAN : Psikologi Industri & Organisasi

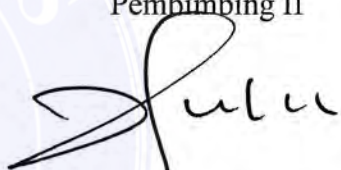
MENYETUJUI

Komisi Pembimbing

Pembimbing I

Pembimbing II


Istiana, S.Psi, M.Si


Drs. H. Mulia Siregar, M.Psi

MENGETAHUI

Ketua Jurusan

Dekan


Syafrizaldi, S.Psi. M.Psi


Prof. DR. Abdul Munir, M.Pd

Tanggal Sidang Meja Hijau

26 Nopember 2013

DIPERTAHANKAN DIDEPAN DEWAN PENGUJI SKRIPSI

FAKULTAS PSIKOLOGI UNIVERSITAS MEDAN AREA
DAN DITERIMA UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN
DARI SYARAT-SYARAT GUNA MEMPEROLEH
GELAR SARJANA (S1) PSIKOLOGI

PADA TANGGAL

26 Nopember 2013

MENGESAHKAN
FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MEDAN AREA
Dekan


Prof. DR. Abdul Munir, M.Pd

DEWAN PENGUJI

TANDA TANGAN

1. Nini Sri Wahyuni, S.Psi. M.Pd

2. Istiana, S.Psi. M.Pd

3. Drs. H. Mulia Siregar, M.Psi

4. Nurmaida Irawani, S.Psi. M.Si

5. Syafrizaldi, S.Psi. M.Psi

HUBUNGAN ANTARA DAYA PERSUASI DENGAN PRESTASI MENJUAL WIRANIAGA PT. RAJAWALI NUSINDO MEDAN

GRISBERT

NIM: 12 860 0436

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk melihat hubungan antara daya persuasi dengan prestasi menjual wiraniaga yang bekerjadi PT.Rajawali Nusindo Medan yang berjumlah 60 orang.

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah “Ada Hubungan yang positif antara daya persuasi dengan prestasi menjual wiraniaga PT. Rajawali Nusindo Cabang Medan”. Artinya semakin baik daya persuasi, maka semakin tinggi prestasi menjual, dan sebaliknya semakin buruk daya persuasi, maka semakin rendah prestasi menjual. Daya persuasi dalam penelitian ini diungkap dengan menggunakan skala sementara prestasi menjual diungkap dengan menggunakan dokumentasi perusahaan.

Dalam upaya membuktikan hipotesa tersebut, maka digunakan teknik korelasi *product moment* dari Pearson, dimana setelah dilakukan analisis diperoleh hasil sebagai berikut: 1). Terdapat hubungan positif yang sangat signifikan antara daya persuasi dengan prestasi menjual. Hasil ini dibuktikan dengan koefisien korelasi $r_{xy} = 0,504$; $\text{sig} < 0,010$. Artinya semakin baik daya persuasi, maka semakin tinggi prestasi menjual, dan sebaliknya semakin buruk daya persuasi, maka semakin rendah prestasi menjual. Dari temuan penelitian ini maka hipotesis yang telah diajukan dalam penelitian ini, dinyatakan diterima. 2). Daya persuasi yang dimiliki para wiraniaga berpengaruh sebesar 25,4% terhadap prestasi penjualan. Berdasarkan hasil penelitian ini maka dapat dinyatakan bahwa masih terdapat 74,6% pengaruh dari faktor lain, dimana faktor-faktor lain tersebut dalam penelitian ini tidak dikaji, seperti faktor-faktor yang dinyatakan Webster (1983) yaitu, karakteristik yang ada pada wiraniaga, karakteristik produk yang dijual dan karakteristik daerah penjualan. 3). Dayapersuasi yang dimiliki oleh para wiraniaga PT. Rajawali Nusindo Medan berada pada kategori baik. Hal ini dilihat dari perbandingan nilai rata-rata empirik (82,750) yang lebih besar daripada nilai rata-rata hipotetik (70), dimana selisih kedua nilai rata-rata tersebut melebihi bilangan SD (11,910).

Kata Kunci: Prestasi menjual, dayapersuasi, wiraniaga

UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas semua rahmat, karunia serta hidayah-Nya sehingga penulis menyelesaikan sampai tulisan terakhir skripsi ini. Shalawat berangkai salam yang tidak bosan-bosannya kita hadiahkan kepada Habbibullah Nabi yang terakhir yaitu Nabi besar Muhammad SAW, yang telah membawa kita dari alam yang tidak beradab menuju alam yang beradab dan yang penuh ilmu pengetahuan sebagaimana yang telah kita rasakan saat ini.

Dengan penuh suka dan duka serta waktu yang tidak terhitung yaitu sejak pertama Fakultas Psikologi didirikan dengan berbagai kekurangan dan kelebihan penulis menimba ilmu pengetahuan di Fakultas Psikologi Universitas Medan Area, namun penulis merasa sangat bangga pertama kali duduk dibangku kuliah yaitu satu-satunya Fakultas Psikologi yang berada di luar pulau Jawa. Berbagai kendala dan hambatan yang penulis alami dalam menyelesaikan skripsi ini namun berkat bimbingan dan dukungan serta arahan yang sangat berarti dari semua pihak akhirnya penulis berhasil menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan jadwal yang telah direncanakan disela-sela kesibukan penulis.

Dengan segala kerendahan hati serta penghargaan yang tulus ikhlas, penulis sampaikan rasa terimakasih yang tidak terhingga kepada :

1. Bapak Prof DR Abdul Munir, M.Pd, selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Medan Area (UMA) Medan yang telah memberikan motivasi hingga selesai skripsi ini.

2. Ibu Istiana, S.Psi, M.Pd, selaku dosen pembimbing I Skripsi, yang telah bersedia meluangkan waktu ditengah-tengah kesibukannya, dengan ketelitian dan kesabaran serta motivasi beliau membuat proses penyelesaian karya tulis ini tuntas sampai akhir.
3. Bapak Drs. Mulia Siregar, M.Psi selaku dosen pembimbing II Skripsi, yang senantiasa bersedia meluangkan waktunya meskipun disela-sela kesibukan, dalam memberikan bimbingan beliau selalu teliti. Koreksi dan kritikan membangun dari beliau membuat karya tulis ini menjadi sempurna.
4. Ibu Nini Sri Wahyuni, S.Psi, M.Pd, selaku ketua sidang meja hijau yang telah meluangkan waktu dan kemudahan dalam keseluruhan proses penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Nurmaida Irwani, S.Psi, M.Psi, selaku dosen tamu meja hijau, terimakasih yang tidak terhingga atas kesediaannya menjadi dosen tamu.
6. Bapak Syafrizal, S.Psi. M.Psi terimakasih atas kesediaannya menjadi sekretaris dalam sidang meja hijau ini.
7. Pimpinan Cabang PT. Rajawali Nusindo Medan yang telah memberi izin dan kesempatan pada penulis dalam melakukan penelitian diperusahaan tersebut.
8. Seluruh Bapak dan Ibu dosen di Fakultas Psikologi Universitas Medan Area yang telah memberikan bekal pengetahuan serta dukungan serta motivasi sehingga penelitian ini selesai.
9. Seluruh staf dan bagian administrasi Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.
10. Sahabat saya Shafron yang telah penulis kenal sejak awal mulai kuliah tahun 1985 atau sejak dibukanya Fakultas Psikologi yang pertama di luar pulau Jawa yaitu Fakultas Psikologi Universitas Medan Area , penulis juga pernah tinggal

satu kos sama beliau, yang telah memotifasi untuk menyelesaikan kuliah strata satu ini..

11. Secara khusus penulis ucapkan dari lubuk hati yang paling dalam terimakasih yang tidak terhingga kepada yang tercinta dan tersayang istriku, yang selalu memberikan dorongan moril serta pengertian dalam menyusun skripsi ini.
12. Kepada kedua buah hati, atas pengertian anakku tersayang papa sangat bangga mempunyai anak yang mempunyai pengertian serta mendukung selesainya skripsi ini.

Akhirnya kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, semoga amal ibadah serta bantuan yang telah diberikan kepada penulis mendapat imbalan yang setimpal dari Allah SWT.

Semoga skripsi ini bermanfaat bagi ilmu pengetahuan.

Medan, Oktober 2013

Grisbert

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
ABSTRAKSI	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Batasan Masalah	9
D. Rumusan Masalah	9
E. Tujuan Penelitian	9
F. Manfaat Penelitian	9
BAB II. LANDASAN TEORI	
A. Wiraniaga	11
1. Pengertian Wiraniaga	11
2. Pengertian Prestasi Menjual	13
3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Prestasi Menjual .	15
4. Aspek-aspek Prestasi Menjual	17
B. Daya Persuasi	18
1. Pengertian Daya Persuasi	18

	2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Daya Persuasi	19
	3. Aspek-aspek Daya Persuasi	20
	4. Pengukuran Daya Persuasi.....	21
	5. Peranan Persuasi Dalam Kehidupan Individu.....	22
	6. Daya Persuasi di Bidang Psikologi Industri dan Organisasi	23
	C. Hubungan Antara Daya Persuasi dengan Prestasi Menjual	25
	D. Hubungan Antara Tingkat Pendidikan dengan Prestasi Menjual	26
	E. Kerangka Konseptual	27
	E. Hipotesis	27
BAB	III. METODE PENELITIAN	
	A. Identifikasi Variabel Penelitian	28
	B. Definisi Operasional Variabel Penelitian	28
	C. Populasi dan Sampel Penelitian.....	30
	D. Teknik Pengumpulan Data	31
	E. Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur.....	32
	F. Teknik Analisis Data	35
BAB	IV. PELAKSANAAN, ANALISIS DATA, HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
	A. Orientasi Kancha dan Persiapan Penelitian	36
	B. Analisis Data dan Hasil Penelitian.....	43
	C. Pembahasan	47
BAB	V. KESIMPULAN DAN SARAN	
	A. Kesimpulan	50
	B. Saran	51
	DAFTAR PUSTAKA	53



DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel :

1. Distribusi Butir-butir Pernyataan Skala Daya Persuasi Sebelum Uji Coba.....	41
2. Distribusi Butir-butir Pernyataan Skala Daya Persuasi Setelah Uji Coba	42
3. Rangkuman Hasil Perhitungan Uji Normalitas Sebaran	44
4. Rangkuman Hasil Perhitungan Uji Linieritas Hubungan	44
5. Rangkuman Hasil Analisis Korelasi <i>Product Moment</i>	45
6. Statistik Induk	45
7. Perbandingan Antara Mean Hipotetik dan Mean Empirik	47

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran :

- A. Analisis Uji Validitas dan Reliabilitas Skala Daya Persuasi
- B. Analisis Uji Asumsi dan Uji Hipotesis
- C. Skala Daya Persuasi
- D. Surat Keterangan Bukti Penelitian



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Seseorang akan menjadi seperti apa yang ia inginkan. Jalan hidup seseorang ditentukan oleh dirinya sendiri. Jika seseorang itu bertambah dewasa, dia akan menemukan bahwa sikapnya sendiri yang menentukan segala sesuatunya. Mereka yang berpikir dapat melakukannya, akan benar-benar dapat melakukannya. Satu-satunya cara untuk memperoleh kemajuan yang lebih cepat daripada pesaing adalah menjalankan kebiasaan baik sejak awal karier. Setelah memperoleh bekal ilmu dan keterampilan, langkah-langkah awal yang harus dimiliki yang pertama adalah mengembangkan sikap mental positif.

Sikap mental yang positif ini, baik dimiliki pada semua bidang pekerjaan. Individu yang memiliki sikap mental positif akan mampu bersaing dan memenangkan persaingan. Individu yang memiliki sikap mental positif, tidak mudah mundur hanya karena adanya halangan, bahkan menjadikan halangan sebagai sesuatu yang menantang. Oleh sebab itu pemberdayaan sumber daya manusia menjadi sangat penting bagi sebuah perusahaan maupun organisasi.

Allen (dalam As'ad, 1997) mengatakan bahwa faktor manusia sangat penting dalam menjalankan suatu perusahaan, karena betapapun sempurnanya rencana-rencana organisasi, pengawasan dan penelitiannya, bila karyawan tidak mempunyai minat dan kesenangan dalam menjalankan tugas, maka perusahaan tidak akan mencapai hasil yang maksimal. Ditambahkan oleh Siagian (2002)

bahwa pemahaman mengenai kondisi fisik dan psikis manusia dianggap penting, agar pendayagunaan sumber daya manusia dapat berlangsung dengan efektif (Siagian, 2002).

Kotler (1988) menyatakan bahwa keberhasilan dalam dunia perdagangan (*trade*) sangat ditentukan oleh bagaimana kualitas dari sumber daya manusia yang dimiliki. Dikatakan oleh Juwondo (Kompas, 7 May 1995) bahwa, dalam era globalisasi persaingan akan semakin tajam, karena ciri dari era globalisasi adalah berlakunya konsep pasar bebas. Oleh karena itu agar Indonesia bisa berhasil dalam persaingan tersebut maka kita harus segera meningkatkan potensi sumber daya manusia terutama dalam bidang perdagangan. Kwik Kian Gie (Suara Pembaruan, 8 Juli 2003) mengatakan bahwa, salah satu efek diberlakukannya pasar bebas adalah semakin meningkatnya persaingan secara terbuka, dan kualitas sumber daya manusia merupakan faktor utama yang menentukan keunggulan suatu perusahaan.

Salah satu kegiatan dalam dunia perdagangan adalah proses pemasaran dari suatu produk atau jasa. Sedangkan dalam proses pemasaran terdapat aktifitas yang berhubungan dengan profesi wiraniaga yang biasa dilakukan oleh bidang khusus yaitu divisi pemasaran.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka karyawan merupakan ujung tombak keberhasilan perusahaan, terlebih-lebih perusahaan yang bergerak dalam bidang perdagangan atau penjualan, maka tenaga marketing atau wiraniaga sangat penting. Hal ini sejalan dengan pendapat yang dikemukakan Iskandar (dalam <http://gofaztrack.com/sales/memahami-dasar-dan-pengertian-penjualan/>) yang bahwa dunia perdagangan, faktor kunci yang sangat menentukan dalam

DAFTAR PUSTAKA

- Afif, S. 1991. *Psikologi Penjualan*. Bandung: Angkasa.
- Allen, M dan Taylor, F.L. 1973. Relationship of Age and Seniority Career. *Journal of Applied Psychology*.
- Arikunto, S. 1998. *Metode Penelitian. Suatu Pendekatan Praktek Dalam Berbagai Bagiannya*. Jakarta: Bina Aksara.
- As'ad, M. 2001. *Psikologi Industri*. Yogyakarta: Liberty
- Atkinson, R.L. dan R.C. 1983. *Introduction to Psychology*.
- Azwar, S. 1988. *Reliabilitas dan Validitas. Interpretasi dan Komputasi*. Yogyakarta: Liberty.
- Azwar, S. 1992. *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. 1997. *Manusia, Sikap dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Barry, M dan Wolf, F.E. 1965. *Regulation of Energy Intake and Bodu wage*. New York: Academic of Science.
- Churchill, G.A dan Ford, N.M. 1985. The Determinator Of Sales Person Performance: *Journal Of Marketing Research*.
- Conner, Jr, F.L dan Becker, M. 1985. *Perception Employers and Satisfaction and Value in Work*. Cambridge: Harvard University.
- Duff, M.F dan Cotgrove, C. 1982. *Values Sistem Work and Organization Behavior. OBS*. New York: Collage Publishing.
- England, F dan Lee, M.B. 1967. *Value Sistem and Work Motivation*. New York: McGraw Hill.
- Evans, B dan Sculli, M. 1976. *The Management of Organization, 3rd Edition*. Singapore: McGraw Hill.
- Gerungan, W.A. 1997. *Psikologi Sosial*. Cetakan ke VI. Bandung: Eresco.
- Gibson, J.L., Ivancevich, J.M & Donnelly, Jr, J.H. 1989. *Organisasi dan Manajemen* (terjemahan). Jakarta: Erlangga.

- Glenn, F dan Taylor, M. 1981. *Organization Behavior; 3rd Edition*. New York: McGraw Hill.
- Gorman, F.L dan Wendell. 1988. *Marketing and The Problem At Market Fluctuation*. New York: McGraw Hill.
- Gower, C.H dan Lindstone, J. 1983. *How To Receive and Select Succesfull Salesman*. Manchester: Gower Publish & Co.
- Gulo, D. *Kamus Lengkap Psikologi*. Bandung: Tonis
- Hadi, S. 1989. *Metodologi Research*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Hadi, S. 1996. *Statistik. Jilid III*. Yogyakarta: Liberty.
- Hadi, Tj, Fx. 2004. *Sukses Menjual dengan Memahami Pelanggan*. Medan Bisnis. Edisi 17 Juni 2004.
- <http://arsip.uui.ac.id/files//2012/08/05.2-bab-288.pdf>
- <http://gofaztrack.com/sales/memahami-dasar-dan-pengertian-penjualan/>
- Juwandono. 1994. *Era Globalisasi Suatu Tantangan dan Peluang*. Jakarta: Harian Kompas. Edisi 7 Mei 1994.
- Klein dan Maher. 1981. *Organizational Behavior: 3rd Ed*. Auckland: McGraw Hill Intern. Book Comp.
- Kotler, P. 1988. *Marketing Management, 5th Ed*. New Jersey.
- Kurtz dan Dodge. 1991. *The Value & Human Side Of Enterprise*. New York: McGraw Hill.
- Kwik, K,G. 2003. *Pasar Bebas. Persaingan dan Sumber Daya Manusia*: Jakarta: Suara Pembaruan: Ed. 8. Juli 2003.
- Osgood & Tannenbaum. 1956. *Thinking Under Sugestion*. New Jersey.
- Patrick, F. 1988. *Managemen Penjualan (Terjemahan)*. Jakarta: Gramedia.
- Pedhazur, E.J an Schmelkin, L.P. 1991. *Measurement Design an Analysis*. New Jersey: Lawrence Associates Publ.
- Poerwadarminta, W.J.S. 1996. *Kamus Bahasa Indonesia*. Jakarta: Erlangga.
- Rokeach, R.L. 1973. *Task Differences as Moderator Of Apptitude Test*.
- Siagian, S.P. 2002. *Kiat Meningkatkan Produktivitas Kerja*. Jakarta: Rineka Cipta.



Suryabrata, S. 1987. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Rajawali Press.

Webster, D. 1983. *The Measurement Values and Apptitude*. New York: Random House Bussiness Division.

Wendel, R.F dan Gorman, W. 1988. *Selling*: 3rd Ed. New York: John Willey & Son. Inc



The image features a large, light blue watermark of the Universitas Medan Area logo in the background. The logo is circular and contains the text 'UNIVERSITAS' at the top and 'MEDAN AREA' at the bottom. In the center, there is a stylized emblem with a star at the top, a letter 'U' in the middle, and an open book at the bottom, all resting on a tiered base.

LAMPIRAN B
ANALISIS UJI ASUMSI DAN UJI HIPOTESIS

GRISBERT

NPar Tests

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum
daya persuasi	60	82.7500	11.91015	62.00	107.00
prestasi menjual	60	288.1833	23.77471	250.00	359.00

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		daya persuasi	prestasi menjual
N		60	60
Normal Parameters ^{a, b}	Mean	82.7500	288.1833
	Std. Deviation	11.91015	23.77471
Most Extreme Differences	Absolute	.105	.120
	Positive	.105	.120
	Negative	-.083	-.068
Kolmogorov-Smirnov Z		.813	.929
Asymp. Sig. (2-tailed)		.523	.354

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Curve Fit

Model Description

Model Name		MOD_1
Dependent Variable	1	prestasi menjual
Equation	1	Linear
Independent Variable		daya persuasi
Constant		Included
Variable Whose Values Label Observations in Plots		Unspecified

Case Processing Summary

	N
Total Cases	60
Excluded Cases ^a	0
Forecasted Cases	0
Newly Created Cases	0

a. Cases with a missing value in any variable are excluded from the analysis.

Variable Processing Summary

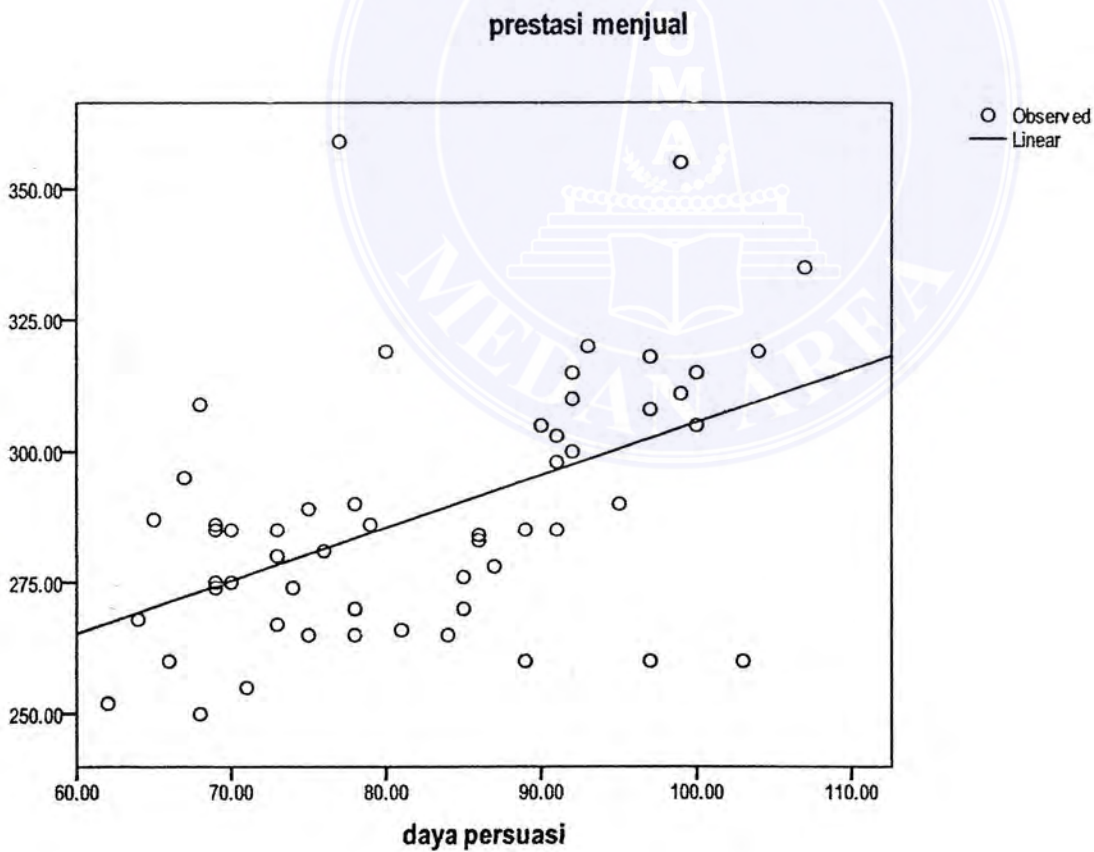
	Variables	
	Dependent	Independent
	prestasi menjual	daya persuasi
Number of Positive Values	60	60
Number of Zeros	0	0
Number of Negative Values	0	0
Number of Missing Values	User-Missing	0
	System-Missing	0

Model Summary and Parameter Estimates

Dependent Variable: prestasi menjual

Equation	Model Summary				Sig.	Parameter Estimates	
	R Square	F	df1	df2		Constant	b1
Linear	.254	19.792	1	58	.000	204.865	1.007

The independent variable is daya persuasi.



UNIVERSITAS MEDAN AREA
FAKULTAS PSIKOLOGI

Bapak/Sdr yang saya hormati,

Terlebih dahulu saya mengucapkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas diberikan-Nya kesempatan kepada saya untuk bertemu dengan Bapak/Sdr sekalian.

Saya, salah seorang mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Medan Area dengan ini bermohon kepada Bapak/Sdr sekalian agar berkenan membantu saya. Saya sepenuhnya menyadari bahwa tugas-tugas yang Bapak/Sdr sekalian laksanakan sangat berat. Namun saya yakin bahwa Bapak/Sdr sekalian berkenan membantu saya. Dalam hal ini saya mengadakan sebuah penelitian dengan cara menyebarkan daftar pernyataan (Skala). Tugas Bapak/Sdr sekalian adalah mengisi daftar pernyataan yang saya lampirkan disini. Jawaban yang Bapak/Sdr sekalian berikan akan dijaga kerahasiaannya. Untuk itu Bapak/Sdr sekalian tidak perlu merasa takut atau khawatir, sebab jawaban yang Bapak/Sdr sekalian berikan tidak ada kaitannya dengan kondite atau penilaian terhadap hasil kerja. Data yang saya peroleh nantinya semata-mata untuk tujuan ilmiah.

Bantuan yang Bapak/Sdr sekalian berikan merupakan partisipasi dalam pengembangan ilmu pengetahuan pada umumnya dan teori psikologi pada khususnya. Atas segala pengorbanan waktu dan tenaga Bapak/Sdr sekalian serta atas kerja sama yang baik, selayaknya saya mengucapkan terima kasih.

Hormat saya

Peneliti

DATA IDENTITAS DIRI

Isilah data-data berikut ini sesuai dengan keadaan diri Bapak/sdr

1. Nama : _____
2. Usia : _____
3. Masa Kerja : _____
4. Tingkat Pendidikan : SMA/D3/S1

PETUNJUK PENGISIAN SKALA

Berikut ini saya sajikan beberapa pernyataan ke dalam bentuk skala ukur. Rekan-rekan diminta untuk memberikan pendapatnya terhadap pernyataan-pernyataan yang terdapat dalam skala ukur tersebut dengan cara memilih :

- SS = Bila merasa SANGAT SETUJU dengan pernyataan yang diajukan
- S = Bila merasa SETUJU dengan pernyataan yang diajukan
- TS = Bila merasa TIDAK SETUJU dengan pernyataan yang diajukan
- STS = Bila merasa SANGAT TIDAK SETUJU dengan pernyataan yang diajukan

Bapak/sdr hanya diperbolehkan memilih satu pilihan jawaban pada setiap pernyataan dengan cara memberikan tanda silang (X) pada lembar jawaban yang tersedia sesuai dengan pilihan masing-masing.

Contoh :

Saya hanya suka bergaul dengan orang-orang yang sukses saja

~~SS~~ S TS STS

Tanda silang (X) menunjukkan seseorang itu merasa SANGAT SETUJU dengan pernyataan yang diajukan

SELAMAT BEKERJA

SKALA DAYA PERSUASI

NO	PERNYATAAN	PILIHAN JAWABAN			
		SS	S	TS	STS
1.	Setiap kali berbicara dengan konsumen, saya berusaha fokus	SS	S	TS	STS
2.	Sulit kali rasanya fokus pada satu pembicaraan dengan konsumen karena banyak yang saya pikirkan.	SS	S	TS	STS
3.	Saya akan menjaga penampilan saat bertemu dengan konsumen.	SS	S	TS	STS
4.	Karena lelahnya, saya tidak sempat memperhatikan penampilan saat bertemu dengan konsumen.	SS	S	TS	STS
5.	Konsumen mengangguk-anggukkan kepala saat saya menyampaikan penjelasan.	SS	S	TS	STS
6.	Konsumen sering mengerutkan kening saat saya memberikan penjelasan.	SS	S	TS	STS
7.	Saya akan mengatur kata-kata saya saat berbicara dengan konsumen.	SS	S	TS	STS
8.	Berhadapan dengan konsumen menurut saya tidak harus menggunakan bahasa yang teratur.	SS	S	TS	STS
9.	Biasanya konsumen menerima barang yang saya tawarkan tanpa banyak bertanya.	SS	S	TS	STS
10.	Banyak sekali pertanyaan yang diajukan konsumen saat saya menawarkan barang.	SS	S	TS	STS
11.	Meskipun lelah, saya berusaha tetap semangat memberikan penjelasan kepada konsumen.	SS	S	TS	STS
12.	Saya kurang bersemangat saat memberikan penjelasan kepada konsumen.	SS	S	TS	STS
13.	Semua pertanyaan yang diajukan konsumen saya jelaskan panjang lebar.	SS	S	TS	STS
14.	Hanya pertanyaan yang penting saja yang saya jelaskan kepada konsumen.	SS	S	TS	STS
15.	Saya menunggu saat yang tepat untuk berbicara dengan konsumen.	SS	S	TS	STS
16.	Saya berusaha agar lebih dahulu berbicara dengan konsumen.	SS	S	TS	STS
17.	Saya tetap tenang menghadapi konsumen yang banyak bertanya.	SS	S	TS	STS
18.	Seringkali saya merasa gelisah menghadapi konsumen yang kritis.	SS	S	TS	STS
19.	Jika konsumen sedang sibuk, saya dengan sabar menunggu.	SS	S	TS	STS
20.	Jika konsumen sedang sibuk, saya berusaha mencari perhatian agar saya dapat bertemu.	SS	S	TS	STS
21.	Meskipun konsumen tak acuh, saya berusaha	SS	S	TS	STS

	meyakinkan mereka akan kualitas barang yang saya jual.				
22.	Saya merasa kecil hatimelihat konsumen yang bersikap tidak acuh.	SS	S	TS	STS
23.	Jika konsumen sedang tidak enak hati, saya mencoba berbicara dengan topik yang ringan.	SS	S	TS	STS
24.	Jika konsumen sedang tidak enak hati, saya akan menyampaikan maksud saya secara langsung.	SS	S	TS	STS
25.	Saat saya menjelaskan mengenai barang yang saya jual, konsumen mendengarkan dengan seksama.	SS	S	TS	STS
26.	Saya kecewa bila konsumen tidak serius mendengarkan penjelasan saya.	SS	S	TS	STS
27.	Saya berusaha menunjukkan sikap ceria saat menawarkan barang kepada konsumen.	SS	S	TS	STS
28.	Saya akan gugup bila konsumen berusaha mengkritik barang yang saya tawarkan.	SS	S	TS	STS
29.	Saya berusaha meyakinkan konsumen sehingga mereka benar-benar senang menerima barang yang saya tawarkan.	SS	S	TS	STS
30.	Konsumen terkesan terpaksa menerima barang yang saya tawarkan.	SS	S	TS	STS
31.	Saya berusaha agar konsumen menyambut kedatangan saya dengan tersenyum.	SS	S	TS	STS
32.	Saya langsung terganggu jika konsumen tidak mau tersenyum saat sedang berbicara dengan saya.	SS	S	TS	STS
33.	Jika konsumen menolak, saya tetap berusaha memberikan pemahaman agar barang yang saya tawarkan diterima.	SS	S	TS	STS
34.	Jika konsumen menolak, saya akan segera meninggalkannya.	SS	S	TS	STS
35.	Saya mampu meyakinkan konsumen kalau barang yang saya tawarkan akan laris terjual.	SS	S	TS	STS
36.	Saya kewalahan memberikan penjelasan kalau konsumen bersikap diam.	SS	S	TS	STS
37.	Saya tidak menyerah meskipun konsumen berusaha menolak.	SS	S	TS	STS
38.	Saya akan pindah ke konsumen yang lain jika terlihat gejala menolak.	SS	S	TS	STS
39.	Meskipun sedang tidak menawarkan barang, saya berusaha singgah menanyakan kabar konsumen.	SS	S	TS	STS
40.	Saya kurang mampu berbasa-basi saat berhadapan dengan konsumen.	SS	S	TS	STS



UNIVERSITAS MEDAN AREA

FAKULTAS PSIKOLOGI

JALAN KOLAM NO. 1 MEDAN ESTATE

TELP. (061) 7366878, 7364348, FAX. 7368012 MEDAN 20223

Email: univ_medanarea@uma.ac.id Website: www.uma.ac.id

Nomor : 1200/FO/PP/2013
Lampiran : -
Hal : Pengambilan Data

20 Agustus 2013

Yth, Pimpinan PT. Rajawali Nusindo Medan
Di -
Tempat

Dengan hormat,

Bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk memberikan izin dan kesempatan kepada mahasiswa kami:

Nama : Grisbert
Npm : 12.860.0436
Program Studi : Ilmu Psikologi
Fakultas : Psikologi

untuk melaksanakan pengambilan data di *PT. Rajawali Nusindo Medan* guna penyusunan skripsi yang berjudul: "*Hubungan Antara Daya Persuasi Dengan Prestasi Menjual Wiraniaga PT. Rajawali Nusindo Medan*"

Perlu kami jelaskan bahwa penelitian dimaksud adalah semata-mata untuk tulisan ilmiah dan penyusunan skripsi, yang merupakan salah satu syarat bagi mahasiswa tersebut untuk mengikuti ujian Sarjana Psikologi pada Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.

Sehubungan dengan hal tersebut kami mohon kiranya Bapak/Ibu dapat memberikan kemudahan dalam pengambilan data yang diperlukan dan Surat Keterangan yang menyatakan bahwa mahasiswa tersebut telah selesai melaksanakan pengambilan data di **Perusahaan** yang Bapak/Ibu pimpin.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.



Wakil Dekan Bidang Akademik,

Zuhdi Budiman, S.Psi. M.PSi

UNIVERSITAS MEDAN AREA

Tembusan :

- Mahasiswa Ybs



PT Rajawali Nusindo
RNI Group

Jl. Jend. Gatot Subroto Km.5 No. 148
Medan 20123
Tel : (061) 8452104, 8454062
Fax : (061) 8456027
E-mail : cab.medan@nusindo.co.id

Nomor : 376/DIV/Nus.05.19/IX/13
Lampiran : -
Hal : **Telah Selesai Melaksanakan Pengambilan Data**

Yth, Ketua Universitas Medan Area

Di -

Tempat

Sehubungan dengan surat No. 1208/FO/PP/2013 tanggal 20 Agustus 2013. Dengan ini kami menerangkan bahwa :

Nama : **GRISBERT**
Npm : **12.860.0436**
Program Studi : Ilmu Psikologi
Fakultas : Psikologi

Telah Selesai Melaksanakan Pengambilan Data dalam rangka menyusun Skripsi yang berjudul : **"Hubungan Antara Daya Persuasi Dengan Prestasi Menjual Wiraniaga PT. Rajawali Nusindo Medan"**.

Demikianlah Surat Keterangan ini dibuat dengan sebenarnya agar dapat dipergunakan seperlunya.

Medan, 5 September 2013
PT. Rajawali Nusindo Medan

Ir. Draiat Muharam Husein