

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka beberapa hal yang dapat disimpulkan adalah:

1. Hasil analisis *performance selling out* dan penilaian SPG oleh *team leader* di PT. Fonterra Brands Indonesia menunjukkan bahwa terdapat 17 orang sebagai *top performer* ($\mu=891,77$ dan $\sigma=9,03$) dan terdapat 17 orang sebagai *bottom performer* ($\mu=777,70$ dan $\sigma=37,76$).
2. *Critical Success Factors* dalam teknik penjualan personal SPG PT.FBI yaitu;
 - a. Tahap *approach*;
 - 1) Teknik *Product-Benefit Approach*; menarik minat calon konsumen dengan menjelaskan secara singkat manfaat penggunaan produk (F hitung = 8,954 dan $Sig.$ 0,005).
 - 2) Teknik *Peak Interest Approach*; membuka percakapan dengan sesuatu yang dramatis atau memberikan hadiah untuk menarik perhatian dan minat calon konsumen (F hitung = 9,234 dan $Sig.$ 0,001).
 - 3) Teknik *Statement Approach*; memperkenalkan diri atau nama perusahaan, sebagai upaya untuk pengenalan idenditas (F hitung = 8,469 dan $Sig.$ 0,000).

untuk pengenalan idenditas (F hitung = 8,469 dan Sig. 0,000).

b. Tahap *sales presentation*;

- 1) Teknik *Product Benefit Approach*; memfokuskan pembicaraan pada produk dan manfaat yang ditawarkan produk (F hitung = 48,485 dan Sig. 0,000).
 - 2) Teknik *Talk prospect's language*; menjelaskan menggunakan bahasa yang singkat, mudah dipahami dan kata yang non-teknis (F hitung = 41,121 dan Sig. 0,000).
 - 3) Teknik *Tailored Sales Presentation*; membuat metode pendekatan yang disesuaikan dengan calon konsumen (F hitung = 31,806 dan Sig. 0,000).
- c. Tahap *Handling objection and resistance*;
- 1) Teknik *Comparative Item Method*; menunjukkan pada calon konsumen dua atau lebih produk dan apabila calon konsumen menolak salah satu produk kita dapat menawarkan produk pengganti lainnya (F hitung tertinggi yaitu 23,358 dan Sig. 0,000).
 - 2) Teknik *Offset Methods*; menerima keluhan tapi berusaha mengurangi dengan demonstrasi produk atau membandingkan dengan produk lain (F hitung = 15,346 dan Sig. 0,000).
- d. Tahap *closing*;
- 1) Teknik *Single Obstacle Close*; meyakinkan konsumen akan jaminan kesehatan yang dapat diperoleh sehingga dapat menghilangkan keraguan terhadap produk tersebut dengan

menunjukkan pada calon konsumen dua atau lebih produk dan apabila calon konsumen menolak salah satu produk kita dapat menawarkan produk pengganti lainnya (F hitung tertinggi yaitu 23,358 dan Sig. 0,000).

- 2) Teknik *Clarification Close*; menjelaskan manfaat produk dengan demonstrasi, perbandingan dengan produk pesaing, atau mengikutsertakan bukti dari kepuasan konsumen yang telah menggunakan produk ($F = 15,103$ dan Sig. 0,000).

6.2. Saran

Penelitian ini dilakukan pada SPG PT. Fonterra Brands Indonesia (FBI) yang memiliki teknik penjualan terbatas menggunakan 4 tahap dari 7 tahap pada proses *personal selling* dan tidak ada analisis terhadap variabel-variabel yang memiliki pengaruh dalam performansi penjualan seperti *personality*, motivasi dari tenaga penjualan dan penjualan SPG terhadap *new user*. Pada penelitian berikutnya penulis menyarankan untuk melakukan penelitian pada industri yang dapat membahas 7 tahap *personal selling* dan melengkapi analisis data dengan variabel-variabel di atas yang belum dibahas pada penelitian ini.

Daftar Pustaka

Algifari, 1997, *Analisis Statistik untuk Bisnis dengan Regresi, Korelasi, dan Non Parametrik*, Cetakan Pertama, Penerbit BPFE, Yogyakarta.

Hadi, S., 1991, *Analisis Butir untuk Instrumen Angket, Tes dan Skala Nilai dengan Basica*, edisi pertama, cetakan pertama, Andi Offset, Yogyakarta.

Ingram, T., Laforge, R., 1992, *Sales Management: Analysis and Decision Making*, The Dryden.

Istijanto, 2005, *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*, PT Gramedia, Jakarta.

Jaramillo, F., Marshall, G.W., 2004, *Critical Success Factors in The Personal Selling Process: An Empirical Investigation of Ecuadorian Salespeople in The Banking Industry*, The international journal of bank marketing, Vol. 22 no. 1, pp 9-25.

Kotler, 2002, *Manajemen Pemasaran*, PT Prenhallindo, Jakarta.

Kountur, R., 2005, *Metode Penelitian Untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*, ed. 3, CV Teruna Grafica, Jakarta.

Kusumadmo., Santoso, Slamet., 1988, *Dasar-Dasar Manajemen pemasaran*, penerbit Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Martin, Warren., 2000, *An Empirical Investigation of Critical Success Factors in the Personal Selling Process for Homogenous Goods*, <http://www.allbusiness.com/sales-forecasting/652993-2.html>. diakses tanggal 8 Maret 2007.

Pengastuti, T., 2006, *Penentuan Atribut Produk Wajan Alumunium dengan Metode Quality Function Deployment*, Studi Kasus di AN Aluminium, Skripsi Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Atma Jaya, Yogyakarta.

Pratisto, A., 2005, *Cara Mudah Menghadapi Masalah Statistik dan Rancangan Percobaan Dengan SPSS 12*, ed. 2, PT elex Media Komputindo. Jakarta.

Santoso, Singgih., 2006, *SPSS Analisis Statistik Multivariat*, PT elex Media Komputindo. Jakarta

Savitri, Pipit., 2006, *Analisis Pengaruh Musik Terhadap Penyelesaian Waktu Analisis Sample NIRA*, Studi Kasus di PTP. Nusantara IX, Skripsi Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Atma Jaya, Yogyakarta.

Siegel, S., 1994, *Statistik Non Parametrik untuk Ilmu Sosial* (terjemahan Suyuti, Z., dan Simatupang, S.), Cetakan Pertama, Penerbit PT. Gramedia Pustaka Umum, Jakarta.

Soehartono, I., 2004, *Metode Penelitian Sosial*, PT Remaja Rosdakarya, Bandung, PP 57&77.

Suliyanto, 2005, *Analisis Data Dalam Aplikasi Pemasaran*, Penerbit Ghalia Indonesia, Bogor.

Sumarsono, HM. S., 2004, *Metode Riset Sumber Daya Manusia*, Graha Ilmu, Yogyakarta, P 81.

Swastha, Basu., *Manajemen Barang dalam Pemasaran*, penerbit fakultas ekonomi Universitas Gadjahmada, Yogyakarta.

Villiana, 2006, *Usulan Perbaikan Desain Kemasan Agar agar Satelit So Well*, Skripsi Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Atma Jaya, Yogyakarta.

www.tccd.edu, *Communicating Customer Value: Personal Selling and Direct Marketing*, diakses tanggal 25 Februari 2007.



LAMPIRAN

KUESIONER

Penilaian Faktor-Faktor Penentu Performance SPG

Sehubungan dengan penelitian yang dilakukan oleh PT. Fonterra Brands Indonesia untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang menentukan performance seorang SPG, yang selanjutnya akan digunakan bersama-sama oleh Fonterra dan BTB untuk peningkatan kualitas SPG yang ada, maka diharapkan kesediaan Anda untuk mengisi kuesioner di bawah dengan akurat.

Isian dalam kuesioner ini akan mencakup 2 hal :

1. Background Responden
2. Teknik-Teknik yang Digunakan dalam :
 - "Salam Sapa"
 - "Ungkap Minat"
 - "Role Play", dan
 - "Penutup"

Catatan :

- Isian Anda dalam kuesioner ini sama sekali tidak berdampak pada penilaian performance/incentif/ataupun segala bentuk benefit yang Anda terima. Isian dan feedback Anda hanya semata-mata digunakan untuk review dalam rangka peningkatan kualitas SPG yang ada.
- Dalam isian kuesioner ini, Anda juga diminta mencantumkan nama Anda, hal ini semata-mata berguna apabila nanti kami ingin mengundang Anda untuk session interview, dengan tujuan menggali lebih jauh masukan-masukan yang telah Anda berikan lewat kuesioner ini. Dan jangan sampai hal ini mempengaruhi objektifitas Anda untuk memberikan feedback yang akurat dalam kuesioner ini.

Nama :

Outlet yang dicover :

Nama Team Leader :

Bagian I: Background Responden

Petunjuk: Jawablah pertanyaan-pertanyaan berikut dengan memberi tanda lingkaran (O) sesuai dengan jawaban Anda.

1. Sebelum bergabung dengan BTB, apakah Anda memiliki pengalaman menjadi SPG sebelumnya?
a. Ya b. Tidak
2. (Berdasarkan pertanyaan no. 1 di atas apabila jawaban Anda adalah Ya)
Sudah berapa lama Anda menjadi SPG, sampai dengan sekarang ini?
a. < 6 bulan b. 6-11 bulan c. 1-3 tahun d. > 3 tahun
3. (Masih berdasarkan pertanyaan no. 1 di atas apabila jawaban Anda adalah Ya) Sebelum memegang produk Fonterra, sudah berapa produk yang Anda pegang sebelumnya?
 - a. 1 produk, kategori : produk makanan/minuman
 - b. 1 produk, kategori : bukan produk makanan/minuman
 - c. 2 produk atau lebih, kategori sama : produk makanan/minuman
 - d. 2 produk atau lebih, kategori berbeda : produk makanan dan produk bukan makanan/minuman
4. Apa pendidikan terakhir yang Anda tempuh?
a. SLTP b. SMU/SLTA/SMK c. Perguruan tinggi
5. Apakah Anda merasa latar belakang pendidikan Anda membantu dalam pekerjaan Anda sebagai SPG? Jika ya, tolong sebutkan alasannya?
.....
.....
6. Selama menjadi SPG (sebelum dan sesudah bergabung dengan BTB) jenis training apa saja yang pernah Anda dapatkan?
.....
.....
7. Dari training yang Anda sebutkan pada point 6 di atas, menurut Anda training mana yang Anda rasakan paling berguna dalam membantu pekerjaan Anda?
.....
8. Selain training yang Anda dapatkan jenis training apa lagi yang Anda rasakan penting untuk menunjang performance Anda sebagai seorang SPG? Sebutkan alasannya secara singkat!
.....
.....

Bagian II: Teknik-Teknik dalam Proses Selling

Teknik Salam Sapa

Petunjuk :

Berilah kriteria untuk tingkat penggunaan ke-4 teknik "Salam Sapa" di bawah, berdasarkan kriteria sering sekali, sering, jarang, tidak pernah Anda gunakan dengan melingkari (O) pilihan yang ada, dan berikan komentar kenapa Anda sering sekali/sering/jarang/tidak pernah, menggunakan teknik tersebut

Teknik		Tingkat Penggunaan	Alasan kenapa sering sekali/sering/jarang/tidak pernah digunakan
1	[Prospect-focused approach]; membuka percakapan dengan puji atau pertanyaan yang menarik perhatian dan minat calon konsumen. Contoh verbalisasi; "selamat siang Bu, aduh..anaknya cantik sekali..."	a. Sering sekali b. Sering c. Jarang d. Tidak pernah	
2	[Product-benefit approach]; menjelaskan secara singkat manfaat penggunaan produk untuk menimbulkan ketertarikan dan rasa ingin tahu calon konsumen. Contoh verbalisasi; "diatas umur 30, tubuh kita butuh pemasukan kalsium yang lebih Bu, dan produk kami menawarkan kandungan kalsium yang diperlukan tubuh tersebut..."	a. Sering sekali b. Sering c. Jarang D. Tidak pernah	
3	[Statement approach]; membuka percakapan dengan menjelaskan siapa kita dan nama perusahaan kita Contoh verbalisasi; "pagi Ibu, maaf mengganggu kami dari Anlene, produk kami sedang mengadakan promo..."	a. Sering sekali b. Sering c. Jarang d. Tidak pernah	
4	[Peak interest approach]; membuka percakapan dengan sesuatu yang dramatis atau memberikan hadiah untuk menarik perhatian dan minat calon konsumen. Contoh verbalisasi; "...iya Bu, untuk pembelian 2 pieces produk kami yang 250g, Ibu akan mendapatkan hadiah..."	a. Sering sekali b. Sering c. Jarang d. Tidak pernah	
5	Teknik lainnya :		

Teknik Ungkap Minat

Petunjuk :

Berilah kriteria untuk tingkat penggunaan ke-10 teknik "Ungkap Minat" di bawah, berdasarkan kriteria sering sekali, sering, jarang, tidak pernah Anda gunakan dengan melingkari (O) pilihan yang ada, dan berikan komentar kenapa Anda sering sekali/sering/jarang/tidak pernah, menggunakan teknik tersebut

Teknik		Tingkat Penggunaan	Alasan kenapa sering sekali/sering/jarang/tidak pernah digunakan
1	[Ask prospect question]; menanyakan calon konsumen tentang produk yang ditawarkan untuk melihat sejauh mana pengetahuannya. Contoh verbalisasi; "Ibu, sudah pernah mencoba produk kami ini?... bagaimana pendapat Ibu?..."	a. Sering sekali b. Sering c. Jarang d. Tidak pernah	
2	[Tailored sales presentation]; melakukan pendekatan yang disesuaikan dengan calon konsumen (dilihat dari umur, jenis kelamin, dan lain-lain). Contoh verbalisasi (pada konsumen wanita, usia 25-35); "Dengan mengkonsumsi susu ini, apalagi dengan aktivitas Mbak yang padat maka sangat membantu untuk menjaga Mbak agar tetap aktif..."	a. Sering sekali b. Sering c. Jarang d. Tidak pernah	
3	[Help prospect visualize offering]; Memperkuat metode pendekatan dengan menunjukkan printout, diagram, grafik/tabel, majalah, dan lain-lain; yang menunjukkan keunggulan produk. Contoh verbalisasi; "Produk kami memiliki berbagai kelebihan ...ini buktinya (menunjukkan printout)...dan produk ini juga sudah teruji secara klinis...(tunjukkan bukti)"	a. Sering sekali b. Sering c. Jarang d. Tidak pernah	
4	[Product benefit approach]; memfokuskan pembicaraan pada produk dan manfaat yang ditawarkan produk. Contoh verbalisasi; "Selain rasa yang lebih enak, ibu dapat menikmati manfaatnya untuk memperkuat tulang Ibu, karena mengandung... "	a. Sering sekali b. Sering c. Jarang d. Tidak pernah	

Teknik Ungkap Minat

Petunjuk :

Berilah kriteria untuk tingkat penggunaan ke-10 teknik "Ungkap Minat" di bawah, berdasarkan kriteria sering sekali, sering, jarang, tidak pernah Anda gunakan dengan melingkari (O) pilihan yang ada, dan berikan komentar kenapa Anda sering sekali/sering/jarang/tidak pernah, menggunakan teknik tersebut

Teknik	Tingkat Penggunaan	Alasan kenapa sering sekali/sering/jarang/tidak pernah digunakan
5 [Talk prospect's language]; menjelaskan dengan bahasa yang singkat, mudah dipahami dan kata yang non-teknis. Contoh verbalisasi; "produk kami memiliki kandungan folat yang tinggi, bisa mengurangi resiko yang tadi Ibu khawatirkan..."	a. Sering sekali b. Sering c. Jarang d. Tidak pernah	
6 [Partially standardized sales presentation]; menyesuaikan metode pendekatan untuk masing-masing calon konsumen. Contoh verbalisasi; "...terutama untuk cewek, susu ini dapat membantu Mbak tetap fit dan aktif dalam menjalankan kegiatan sehari-hari yang padat..."	a. Sering sekali b. Sering c. Jarang d. Tidak pernah	
7 [Use comparison]; membandingkan antara produk kompetitor dan produk perusahaan kita (Contoh verbalisasi; "produk kami penjualannya dua kali lipat dari produk kompetitor..."	a. Sering sekali b. Sering c. Jarang d. Tidak pernah	
8 Need-satisfaction approach; penjualan difokuskan pada identifikasi sekitar kebutuhan konsumen, jika perlu digunakan pertanyaan untuk menyelidik. Contoh verbalisasi; "Maaf kalau boleh tahu, apa yang Ibu kira-kira inginkan dari susu ibu hamil? Annum mengandung folat yang tinggi yang meminimalkan resiko cacat otak..."	a. Sering sekali b. Sering c. Jarang d. Tidak pernah	
9 Use showmanship/dramatization; penekanan pada apa yang ditawarkan menggunakan usaha dramatis yang tidak biasa. Contoh verbalisasi; "silakan dicoba Mbak, kami sedang ada promo... (ambil membawa hadiah)"	a. Sering sekali b. Sering c. Jarang d. Tidak pernah	

Teknik Ungkap Minat

Petunjuk :

Berilah kriteria untuk tingkat penggunaan ke-10 teknik "Ungkap Minat" di bawah, berdasarkan kriteria sering sekali, sering, jarang, tidak pernah Anda gunakan dengan melingkari (O) pilihan yang ada, dan berikan komentar kenapa Anda sering sekali/sering/jarang/tidak pernah, menggunakan teknik tersebut

	Teknik	Tingkat Penggunaan	Alasan kenapa sering sekali/sering/jarang/tidak pernah digunakan
10	[Standardized sales presentation]; membuat suatu metode pendekatan yang sama untuk semua calon konsumen. Contoh verbalisasi; "Ada yang bisa dibantu Bu, sedang mencari susu apa Bu?"	a. Sering sekali b. Sering c. Jarang d. Tidak pernah	
11	lainnya:....		

Teknik Role Play

Petunjuk :

Berilah kriteria untuk tingkat penggunaan ke-10 teknik "Role Play" di bawah, berdasarkan kriteria sering sekali, sering, jarang, tidak pernah Anda gunakan dengan melingkari (O) pilihan yang ada, dan berikan komentar kenapa Anda sering sekali/sering/jarang/tidak pernah, menggunakan teknik tersebut

Teknik	Tingkat Penggunaan	Alasan kenapa sering sekali/sering/jarang/tidak pernah digunakan
1 Direct answer method; menyediakan jawaban yang spesifik dan terperinci pada setiap keluhan konsumen. Contoh verbalisasi; "harga yang kami tawarkan sedikit relatif lebih mahal Bu, tapi itu dikarenakan kandungan gizi yang kami tawarkan lebih banyak dari yang lain..."	a. Sering sekali b. Sering c. Jarang d. Tidak pernah	
2 Non-dispute Method ; menghindari perdebatan dan menunda memberikan jawaban langsung (hanya menampung keluhan/protes konsumen). Contoh verbalisasi; "Pertanyaan Bapak kami tampung dulu, nanti kita akan hubungi Bapak untuk follow-upnya..."	a. Sering sekali b. Sering c. Jarang d. Tidak pernah	
3 Offset methods; menerima keluhan tapi berusaha mengurangi dengan demonstrasi produk, membandingkan dengan produk lain. Contoh verbalisasi; "baik Ibu, mungkin Ibu merasa rasa Anlene kurang enak, tapi mungkin kami bisa menunjukkan dengan takaran penyajian yang tepat, rasa Anlene sebenarnya cukup enak untuk kategori susu berkalsium tinggi"	a. Sering sekali b. Sering c. Jarang d. Tidak pernah	
4 Dispute method; memperdebatkan masalah secara langsung. Contoh verbalisasi; "tidak benar Bu kalau kandungan kalsium yang tinggi di Anlene bisa menyebabkan batu ginjal"	a. Sering sekali b. Sering c. Jarang d. Tidak pernah	

Teknik Role Play

Petunjuk :

Berilah kriteria untuk tingkat penggunaan ke-10 teknik "Role Play" di bawah, berdasarkan kriteria sering sekali, sering, jarang, tidak pernah Anda gunakan dengan melingkari (O) pilihan yang ada, dan berikan komentar kenapa Anda sering sekali/sering/jarang/tidak pernah, menggunakan teknik tersebut

Teknik	Tingkat Penggunaan	Alasan kenapa sering sekali/sering/jarang/tidak pernah digunakan
5 Comparative item method; menunjukkan pada calon konsumen dua atau lebih produk dan apabila calon konsumen menolak salah satu produk kita dapat menawarkan produk pengganti lainnya. Contoh verbalisasi; "kami memiliki 3 rasa ibu, bila anak ibu kurang suka dengan rasa Chocolate, ibu dapat mencoba rasa Chocoberry atau Vanilla.. "	a. Sering sekali b. Sering c. Jarang d. Tidak pernah	
6 Turn-around ("boomerang") method; mengubah alasan calon konsumen untuk tidak membeli menjadi alasan untuk membeli (misalnya; "mungkin suatu alasan yang sangat penting untuk harus membeli") Contoh verbalisasi; "silakan coba produk kami mbak, beli sekarang dapat hadiah, persediaannya sangat terbatas.... "	a. Sering sekali b. Sering c. Jarang d. Tidak pernah	
7 lainnya:....		

Teknik Penutup

Petunjuk :

Berilah kriteria untuk tingkat penggunaan ke-10 teknik "Penutup" di bawah, berdasarkan kriteria sering sekali, sering, jarang, tidak pernah Anda gunakan dengan melingkari (O) pilihan yang ada, dan berikan komentar kenapa Anda sering sekali/sering/jarang/tidak pernah, menggunakan teknik tersebut

Teknik	Tingkat Penggunaan	Alasan kenapa sering sekali/sering/jarang/tidak pernah digunakan
1 Straightforward close; menanyakan apakah calon konsumen jadi membeli dan menyimpulkan kembali manfaat dari produk kalau diperlukan. Contoh verbalisasi; "menjaga stamina dan memenuhi kebutuhan kalsium Anda tentu sangat penting...jadi bagaimana Mbak, jadi mencoba produk kami?.. "	a. Sering sekali b. Sering c. Jarang d. Tidak pernah	
2 Presumptive close; mengasumsikan calon konsumen siap membeli dan menanyakan pilihan produk yang akan dibeli Contoh verbalisasi; "Jada mana yang Ibu pilih dari 2 rasa ini?"	a. Sering sekali b. Sering c. Jarang d. Tidak pernah	
3 Clarification close; menjelaskan manfaat produk dengan demonstrasi, perbandingan dengan produk pesaing, atau mengikutsertakan bukti dari kepuasan konsumen yang telah menggunakan produk. Contoh verbalisasi; "Produk kami murni dari New Zealand, dan telah teruji secara klinis, berbeda dengan produk lainnya...ini buktinya..."	a. Sering sekali b. Sering c. Jarang d. Tidak pernah	
4 Arousal close; melihat emosi pada calon konsumen (kekhawatiran produk tidak terjamin, ingin membeli produk untuk hadiah buat orang yang disayangi) untuk menciptakan kebutuhan membeli produk. Contoh verbalisasi; "dengan mengkonsumsi Anlene Gold 2 kali sehari dapat menjamin kesehatan tulang, sehingga Ibu tetap bisa aktif bermain dengan cucu dan lebih menikmati hidup"	a. Sering sekali b. Sering c. Jarang d. Tidak pernah	

Teknik Penutup

Petunjuk :

Berilah kriteria untuk tingkat penggunaan ke-10 teknik "Penutup" di bawah, berdasarkan kriteria sering sekali, sering, jarang, tidak pernah Anda gunakan dengan melingkari (O) pilihan yang ada, dan berikan komentar kenapa Anda sering sekali/sering/jarang/tidak pernah, menggunakan teknik tersebut

Teknik		Tingkat Penggunaan	Alasan kenapa sering sekali/sering/jarang/tidak pernah digunakan
5	<p>Minor-decision close; mencari persetujuan untuk keputusan yang kecil yang mengarah ke keputusan yang lebih besar untuk membeli produk tersebut.</p> <p>Contoh verbalisasi; "bagaimana Mbak, milih yang rasa coklat atau biasa?...jadi ambil yang mana?"</p>	a. Sering sekali b. Sering c. Jarang d. Tidak pernah	
6	<p>Single obstacle close; calon pelanggan hampir siap untuk membeli kecuali karena suatu alasan/halangan, oleh karena itu kita berusaha menghilangkan keraguan tersebut.</p> <p>Contoh verbalisasi; "produk kami tidak mengandung pemanis buatan Bu, malah kandungan nutrisi di dalamnya lebih tinggi dari pada produk lainnya, karena itu jangan ragu untuk dicoba, dipastikan anak ibu akan menyukainya..."</p>	a. Sering sekali b. Sering c. Jarang d. Tidak pernah	
7	Use silence; tidak mengatakan apapun dan membiarkan calon pelanggan membuat keputusan.	a. Sering sekali b. Sering c. Jarang d. Tidak pernah	
8	lainnya:....		

Lampiran 2. Hasil Rekap Kuesioner Pendahuluan

104

	ap1	ap2	ap3	ap4	sp1	sp2	sp3	sp4	sp5	sp6	sp7	sp8	sp9	sp10	ob1	ob2	ob3	ob4	ob5	ob6	clo1	clo2	clo3	clo4	clo5	clo6	clo7
1	3	4	3	4	3	4	4	3	3	2	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	
2	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	4	4	2	
3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	1	
4	2	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	2	
5	3	3	3	4	2	4	4	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2		
6	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	4	2
7	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	
8	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	1
9	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	
10	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	1	
11	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	
12	2	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	2	3	2	3	3	3	3	4	4	3	3	3	2
13	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	2	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	
14	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	2	
15	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	
16	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	2	
17	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	1	
18	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	2	
19	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	
20	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	2	
21	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	
22	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	2	
23	4	4	4	3	2	3	4	4	4	4	4	4	3	4	2	4	4	4	3	4	3	4	4	2	4	4	
24	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	
25	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	2	
26	2	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	2	3	3	3	3	4	4	4	3	3	2	
27	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	2	
28	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	
29	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	2	
30	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	1	

Keterangan: ap = Approach
 sp = Sales Presentation
 ob = Overcoming Objection
 clo = Closing

Lampiran 3. Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas
Kuesioner Pendahuluan

Reliability

Case Processing Summary

	N	%
Cases	Valid	30
	Excluded ^a	0
	Total	30
		100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.902	27

Item Statistics

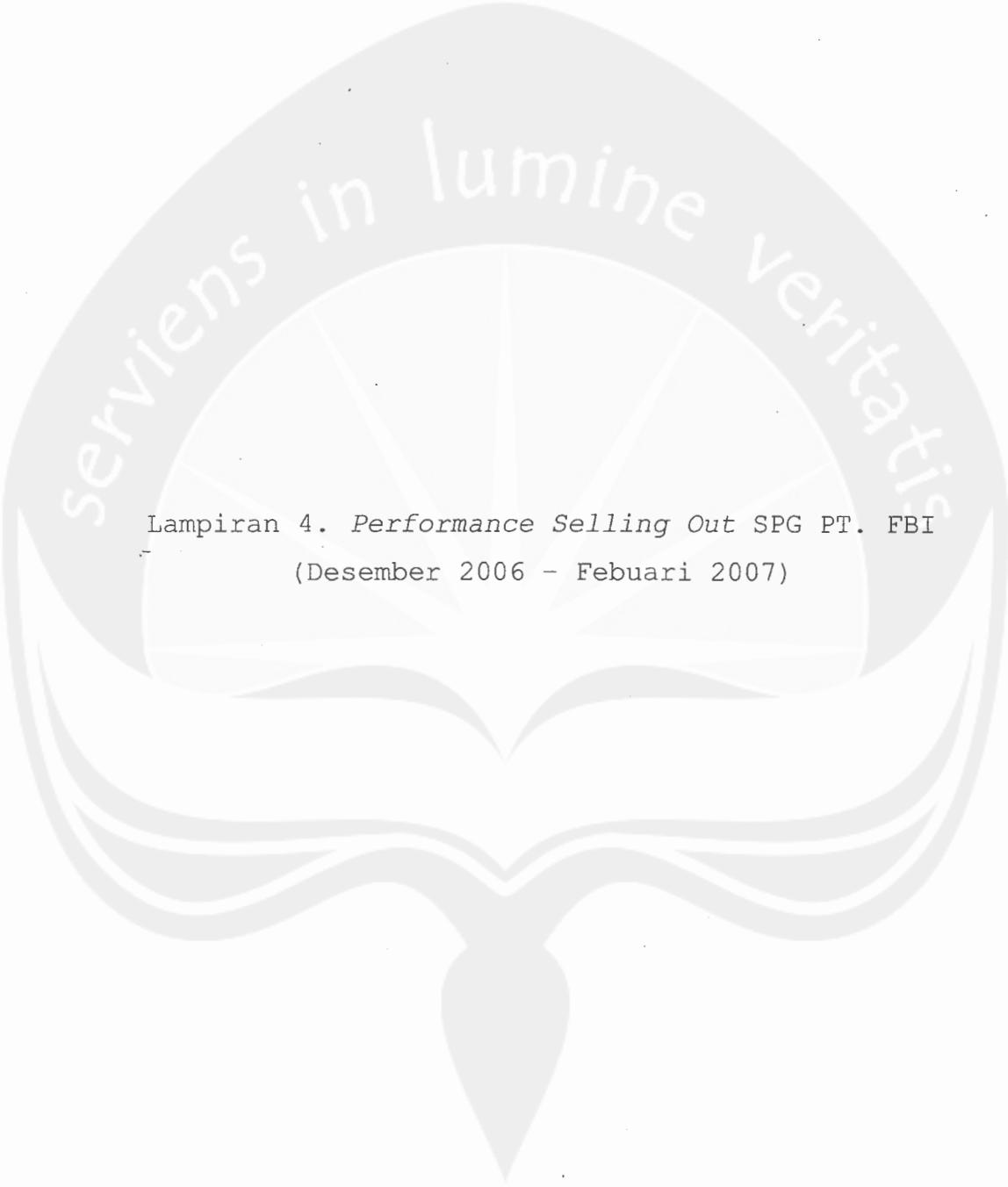
	Mean	Std. Deviation	N
ap1	3.03	.669	30
ap2	3.33	.479	30
ap3	3.20	.407	30
ap4	3.57	.504	30
sp1	3.33	.711	30
sp2	3.57	.504	30
sp3	3.30	.466	30
sp4	3.50	.509	30
sp5	3.43	.504	30
sp6	3.47	.571	30
sp7	3.20	.407	30
sp8	3.50	.509	30
sp9	3.17	.531	30
sp10	3.03	.669	30
ob1	3.33	.711	30
ob2	3.03	.669	30
ob3	3.47	.507	30
ob4	3.17	.531	30
ob5	3.30	.466	30
ob6	3.17	.531	30
c1	3.57	.504	30
c2	3.50	.509	30
c3	3.20	.407	30
c4	3.33	.711	30
c5	3.33	.479	30
c6	3.73	.450	30
c7	2.00	.643	30

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
ap1	85.73	55.375	.570	.897
ap2	85.43	58.185	.421	.900
ap3	85.57	58.323	.484	.899
ap4	85.20	57.407	.502	.898
sp1	85.43	54.599	.608	.896
sp2	85.20	57.407	.502	.898
sp3	85.47	59.154	.296	.902
sp4	85.27	56.823	.576	.897
sp5	85.33	59.126	.273	.902
sp6	85.30	57.045	.478	.899
sp7	85.57	58.323	.484	.899
sp8	85.27	56.823	.576	.897
sp9	85.60	56.731	.561	.897
sp10	85.73	55.375	.570	.897
ob1	85.43	54.599	.608	.896
ob2	85.73	57.926	.307	.903
ob3	85.30	57.872	.436	.899
ob4	85.60	56.731	.561	.897
ob5	85.47	58.671	.365	.901
ob6	85.60	56.731	.561	.897
c1	85.20	57.407	.502	.898
c2	85.27	56.823	.576	.897
c3	85.57	58.323	.484	.899
c4	85.43	54.599	.608	.896
c5	85.43	58.185	.421	.900
c6	85.03	57.689	.528	.898
c7	86.77	59.220	.288	.905

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
88.77	61.495	7.842	27



Serviens in lumine veritatis

Lampiran 4. *Performance Selling Out SPG PT. FBI*
(Desember 2006 – Februari 2007)

NAMA TL : Parsiyah

101

No	Nama SPG	Outlet	Dec-06			Jan-07			Feb-07			Average Dec 06 - Feb 07		
			Aktual	Target	%	Aktual	Target	%	Aktual	Target	%	Aktual	Target	%
1	Erma Amelia	Carr Puri Indah			#DIV/0!			#DIV/0!			#DIV/0!			#DIV/0!
2	Sri Yuliana	Carr Puri Indah			#DIV/0!			#DIV/0!			#DIV/0!			#DIV/0!
3	Siti Khoiriyah	Alfa Sunter			#DIV/0!			#DIV/0!			#DIV/0!			#DIV/0!
4	Sri Maningsih	Tip Top Rawamangun	6,871	6,150	112	6,998	4,685	149	5,717	5,832	98	6,529	5,556	118
5	Dina Y	Carr TAMINI	6,871	6,150	112	6,698	4,685	143	5,718	5,852	98	6,429	5,562	116
6	Zulfatul Fikria	Carr Mangga Dua	6,636	4,538	146			#DIV/0!	4,233	5,037	84	5,435	4,788	114
7	Shinta Maris	Carr Pluit			#DIV/0!	1,562	1,424	110	4,142	3,667	113	2,852	2,546	112
8	Siti Aisyah	Carr Pluit			#DIV/0!			#DIV/0!	2,596	2,375	109	2,596	2,375	109
9	Ana Fitriawati	Alfa Kebayoran & Meruya	2,465	2,694	91	3,370	2,912	116	3,573	3,175	113	3,136	2,927	107
10	Azizah	Alfa Kebayoran			#DIV/0!			#DIV/0!	3,298	3,079	107	3,298	3,079	107
11	Salpania	Carr TAMINI	6,808	6,223	109	5,585	4,891	114	6,065	6,150	99	6,153	5,755	107
12	Nuryuliati	Carr Duta Merlin			#DIV/0!			#DIV/0!	1,154	1,148	101	1,154	1,148	101
13	Siti Rachma	Naga Pd Gede	5,855	4,908	119	4,416	5,096	87	4,078	4,383	93	4,783	4,796	100
14	Wahyuni	Carr Cempaka Mas	4,564	4,780	95	7,519	7,075	106	6,688	7,142	94	6,257	6,332	99
15	Rosmiati	Carr Cempaka Putih	4,973	4,443	112	4,138	4,125	100	2,685	3,423	78	3,932	3,997	98
16	Betty Anistha	Hyper JACC	3,546	2,561	138	3,690	4,161	89	2,469	3,189	77	3,235	3,304	98
17	Sri Saptani	Makro Meruya & Hari Ka	3,270	3,288	99	2,862	3,084	93	2,967	2,987	99	3,033	3,120	97
18	Rita Oktaria	Hyper Kelapa Gading	6,135	5,181	118	5,173	5,564	93	2,856	3,826	75	4,721	4,857	97
19	Sri Lamsiyah Sa	Carr Duta Merlin	5,598	6,087	92	5,136	5,253	98	5,763	5,727	101	5,499	5,689	97
20	Suarni	Giant Pd Gede	4,894	4,968	99	4,683	4,849	97	3,819	4,191	91	4,465	4,669	96
21	Putri Jayanti	Carr Cempaka Mas			#DIV/0!			#DIV/0!	1,993	2,093	95	1,993	2,093	95
22	Listiawati	Hyper Gajah Mada	2,082	1,992	105	1,383	1,990	69	2,078	1,874	111	1,848	1,952	95
23	Yuliaty Susana	Tip Top Rawamangun	4,307	3,853	112	2,969	3,726	80	3,119	3,435	91	3,465	3,671	94
24	Fitria Rosita	Hari Lokasari & ROXY	3,860	4,214	92	3,818	3,933	97	2,711	2,923	93	3,463	3,690	94
25	Nurul	Carr Puri Indah	12,140	11,350	107	9,388	10,685	88	7,856	9,281	85	9,795	10,439	94
26	Upik Zainab	Tip Top Pd Bambu	7,059	7,576	93	6,099	6,775	90	4,854	5,345	91	6,004	6,565	91
27	Revi.H	Indogrosir Cipinang			#DIV/0!	4,679	4,653	101	5,380	7,205	75	5,030	5,929	85
28	Tutut	Carr Kelapa Gading	2,137	2,386	90	2,248	2,625	86	1,500	2,095	72	1,962	2,369	83
29	Riyani Hastuti	Tip Top Pd Bambu	2,284	3,675	62	2,711	3,335	81	1,606	2,188	73	2,200	3,066	72
30	Ratna Yulianti	MSM Cilegon			#DIV/0!	1,325	3,505	38	1,908	2,561	75	1,617	3,033	53

NAMA TL : Deni N

No	Nama SPG	Outlet	Dec-06			Jan-07			Feb-07			Average Dec 06 - Feb 07		
			Aktual	Target	%	Aktual	Target	%	Aktual	Target	%	Aktual	Target	%
1	Nurul Arida	Carr Cikarang			#DIV/0!			#DIV/0!			#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!
2	Mutoharoh	Giant Bekasi			#DIV/0!			#DIV/0!			#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!
3	Genta N	Giant Bogor			#DIV/0!			#DIV/0!			#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!
4	Nengsih A	Giant Cimanggis	3,230	3,842	84	5,448	3,350	163	7,802	2,979	262	5,493	3,390	162
5	Apriani	Alfa PS Minggu	7,152	3,295	217	4,001	4,038	99	4,953	4,000	124	5,369	3,778	142
6	Erika	Naga Pd Ungu+Hari BTC	7,831	3,421	229	3,410	5,190	66	3,972	2,676	148	5,071	3,762	135
7	Nita P	Alfa Bekasi 1 & 2	4,373	2,212	198	2,778	2,658	105	1,697	2,220	76	2,949	2,363	125
8	Fika Indah S	Carr Kramat Jati	2,811	1,758	160	3,163	3,404	93	1,471	1,334	110	2,482	2,165	115
9	Atie T	Carr Depok	6,943	5,832	119	6,129	6,061	101	6,946	5,580	124	6,673	5,824	115
10	Rosalia	Giant Depook	4,356	3,398	128	3,391	2,867	118	3,224	3,732	86	3,657	3,332	110
11	Rumisa	Carr Bekasi	5,498	4,265	129	3,744	3,567	105	4,285	4,923	87	4,509	4,252	106
12	Yeni O	Ada Bogor + MSM Ekalo	1,565	1,346	116	990	1,301	76	1,698	1,443	118	1,418	1,363	104
13	Fungie RA	Alfa+Tip Top Depok	2,755	2,533	109	2,690	2,652	101	2,604	2,700	96	2,683	2,628	102
14	Riyana	Hyper Sentul	3,742	3,077	122	2,935	3,263	90	2,689	3,380	80	3,122	3,240	96
15	Sri Haryati	Giant Bekasi	10,057	8,997	112	5,967	7,379	81	7,773	8,847	88	7,932	8,408	94
16	Elvina	Giant Bekasi			#DIV/0!	6,304	7,379	85			#DIV/0!	6,304	7,379	85
17	Kholipah	Hyper Cibubur	2,690	3,347	80	868	766	113	2,214	2,824	78	1,924	2,312	83
18	Diana	Hyper Depok	3,935	3,074	128	2,792	6,153	45	2,715	3,200	85	3,147	4,142	76
19	Nurhasanah	Hyper Grand Mall			#DIV/0!	1,747	2,344	75			#DIV/0!	1,747	2,344	75

NAMA TL : Eni

110

No	Nama SPG	Outlet	Dec-06			Jan-07			Feb-07			Average Dec 06 - Feb 07		
			Aktual	Target	%	Aktual	Target	%	Aktual	Target	%	Aktual	Target	%
1	Dewi	Carr Lb Bulus			#DIV/0!			#DIV/0!			#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!
2	Citra	Carr ratu Plas			#DIV/0!			#DIV/0!			#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!
3	Yeni	Giant Semanggi			#DIV/0!			#DIV/0!			#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!
4	Novita	Carr Ambassador			#DIV/0!			#DIV/0!			#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!
5	Lina	Carr Ambassador			#DIV/0!			#DIV/0!			#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!
6	Fitriani	Carr MT Haryono			#DIV/0!			#DIV/0!			#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!
7	Ana Tresnawati	Giant Lb Bulus			#DIV/0!			#DIV/0!			#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!
8	Erma	Giant Cileduk			#DIV/0!			#DIV/0!			#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!
9	Ida	Carr BSD			#DIV/0!			#DIV/0!			#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!
10	Ratu Mardiah	Carr Cikokol			#DIV/0!			#DIV/0!			#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!
11	Ria Kristanti	Hyper Karawaci			#DIV/0!			#DIV/0!			#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!
12	Herlin	Giant Setos			#DIV/0!			#DIV/0!			#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!
13	Junida	Carr Ambassador			#DIV/0!			#DIV/0!	10,357	7,219	143	10,357	7,219	143
14	Siti	Carr BSD	4,018	4,082	98	1,226	1,165	105	5,909	3,046	194	3,718	2,764	134
15	Rina Ramli	Alfa Bintaro	2,611	1,756	149	2,354	2,188	108	2,386	1,719	139	2,450	1,888	130
16	Nina Agustina	Carr Taman Palem	5,841	4,885	120	4,352	1,812	240	4,384	4,803	91	4,859	3,833	127
17	Rahmawati	Giant Kalibata	5,520	4,064	136	4,435	3,675	121	3,904	3,890	100	4,620	3,876	119
18	Anita Smelvia	Hyper Karawaci			#DIV/0!	6,132	5,914	104	7,442	5,521	135	6,787	5,718	119
19	Apriyanti	Indogrosir Bandengan	9,272	6,109	152	4,590	4,892	94	1,606	2,173	74	5,156	4,391	117
20	Nurjanah	Carr Lb Bulus	6,881	5,885	117	6,216	5,887	106	6,354	6,192	103	6,484	5,988	108
21	Indri Astuti	Carr Lb Bulus	6,881	5,885	117	6,216	5,887	106	6,354	6,192	103	6,484	5,988	108
22	Nurnalisa	Carr Permata Hijau	6,808	7,373	92	6,211	5,975	104	6,754	5,884	115	6,591	6,411	103
23	Nurlaili	MSM Citos+Tip Top C	5,882	6,109	96	5,789	5,640	103	5,096	4,597	111	5,589	5,449	103
24	Maimunah	Giant Cileduk	5,520	4,064	136	4,476	5,430	82	4,245	4,701	90	4,747	4,732	100
25	Ria Agustina	Carr MT Haryono	8,548	7,905	108	8,285	9,335	89	6,049	7,158	85	7,627	8,133	94
26	Khorunisa	Giant Lb Bulus	4,640	4,028	115	3,658	4,705	78	3,733	4,214	89	4,010	4,316	93
27	Saraswati	Giant Villa Melati Mas	4,148	4,635	89	3,844	4,548	85	3,705	3,844	96	3,899	4,342	90
28	Nuraida	Hyper Serpong	4,229	4,007	106	3,127	4,076	77	3,143	3,964	79	3,500	4,016	87
29	Nurchayati	Tip Top Cimone	2,458	4,818	51	3,943	5,008	79	2,902	3,109	93	3,101	4,312	72
30	Lilis	Hyper Metropolis			#DIV/0!			#DIV/0!	3,139	4,457	70	3,139	4,457	70

NAMA TL : Sondang

No	Nama SPG	Outlet	Dec-06			Jan-07			Feb-07			Average Dec 06 - Feb 07		
			Aktual	Target	%	Aktual	Target	%	Aktual	Target	%	Aktual	Target	%
1	Megawati	Yogya Cimanggu	1,377	1,393	99	1,647	930	177	1,604	1,510	106	1,543	1,278	121
2	Wiji Astuti	Yogya Surken, Grand Surken	2,374	2,269	105	3,005	2,169	139	2,507	2,423	103	2,629	2,287	115
3	Nova*	Ngesti Anam, Ngesti Ayung			#DIV/0!			#DIV/0!	1,793	1,799	100	1,793	1,799	100

NAMA TL : Aby Fikri

No	Nama SPG	Outlet	Dec-06			Jan-07			Feb-07			Average Dec 06 - Feb 07		
			Aktual	Target	%	Aktual	Target	%	Aktual	Target	%	Aktual	Target	%
1	Lestari	AB Fatmawati	2,650	2,738	97	3,900	4,146	94	3,350	3,540	95	3,300	3,475	95
	Lestari	Mini Super	1,550	1,788	87	1,050	1,210	87	2,500	3,304	76	1,700	2,101	81
	Lestari	KSU Sejati Mulya	530	692	77	500	495	101	530	797	66	520	661	79
2	Rina Tarigan	Yogya Mangga Dua	1,480	1,548	96	1,220	1,314	93	1,350	1,488	91	1,350	1,450	93
	Rina Tarigan	UD Lestari	1,980	2,151	92	2,350	2,596	91	2,450	2,576	95	2,260	2,441	93

NAMA TL : Ratna Dwi Y

No	Nama SPG	Outlet	Dec-06			Jan-07			Feb-07			Average Dec 06 - Feb 07		
			Aktual	Target	%	Aktual	Target	%	Aktual	Target	%	Aktual	Target	%
1	Irma Yunia	Subur Cikupa, Jatiuwung	2,159	1,868	116	1,994	1,644	121	2,146	1,697	126	2,100	1,736	121
2	Sisca Dahlia	Subur Tangerang,Kotabumi	2,237	2,350	95	2,060	2,034	101	3,005	2,368	127	2,434	2,251	108

Lampiran 5. Hasil Penilaian *Team Leader* Terhadap
Faktor-Faktor penilaian untuk SPG PT. FBI

No	Nama SPG	Outlet	Product knowledge	Attitude			Kontak Custumer	Penampilan	Reporting	Merchandising	Total
				Absensi	Disiplin	Komunikasi					
1	Siti Khoiriyah	Alfa Sunter	87	97	93	95	92	95	94	94	747
2	Sri Yuliana	Carr Puri Indah	90	87	89	89	95	97	95	94	736
3	Erma Amelia	Carr Puri Indah	85	87	87	85	90	94	92	94	714
4	Sri Maningsih	Tip Top Rawamangun	100	98	97	95	97	97	95	95	774
5	Shinta Maris	Carr Pluit	98	98	95	95	98	95	96	95	770
6	Ana Fitriawati	Alfa Kebayoran & Meruya	100	97	95	98	95	94	95	95	769
7	Wahyuni	Carr Cempaka Mas	98	98	97	98	95	95	95	95	771
8	Siti Aisyah	Carr Pluit	93	98	93	95	95	95	95	95	759
9	Siti Rachma	Naga Pd Gede	98	98	97	95	96	94	95	95	768
10	Suarni	Giant Pd Gede	100	98	95	95	98	95	95	95	771
11	Salpania	Carr TAMINI	95	95	92	95	95	95	93	95	755
12	Fitria Rosita	Hari Lokasari & ROXY	100	98	96	95	97	92	95	95	768
13	Rita Oktaria	Hyper Kelapa Gading	97	95	93	95	97	95	95	95	762
14	Yuliati Susana	Tip Top Rawamangun	96	95	95	95	95	95	95	95	761
15	Rosmiati	Carr Cempaka Putih	95	97	95	95	93	93	95	94	757
16	Betty Anistha	Hyper JACC	97	92	89	93	97	97	95	95	755
17	Nuryuliati	Carr Duta Merlin	92	97	93	95	91	93	94	94	749
18	Sri Saptani	Makro Meruya & Hari Kali	92	95	95	95	93	93	94	95	752
19	Upik Zainab	Tip Top Pd Bambu	98	95	92	95	97	90	94	95	756
20	Dina Y	Carr TAMINI	89	93	85	87	93	92	92	95	726
21	Putri Jayanti	Carr Cempaka Mas	93	98	87	92	91	94	93	95	743
22	Listiawati	Hyper Gajah Mada	92	94	92	89	90	95	94	95	741
23	Azizah	Alfa Kebayoran	89	87	90	89	90	95	93	95	728
24	Sri Lamsiyah Sa	Carr Duta Merlin	87	92	92	95	91	93	94	94	738
25	Zulfatul Fikria	Carr Mangga Dua	90	87	89	85	90	92	93	93	719
26	Nurul	Carr Puri Indah	87	85	87	87	91	97	92	94	720
27	Tutut	Carr Kelapa Gading	85	92	89	91	90	92	93	93	725
28	Revi.H	Indogrosir Cipinang	81	87	89	90	90	92	91	93	713
29	Riyani Hastuti	Tip Top Pd Bambu	95	89	91	93	96	93	94	95	746
30	Ratna Yulianti	MSM Cilegon	87	87	90	90	90	90	91	93	718

TL : Deni N
Jakarta Direct

No	Nama SPG	Outlet	Product knowledge	Attitude			Kontak Custumer	Penampilan	Reporting	Merchandising	Total
				Absensi	Disiplin	Komunikasi					
1	Mutoharoh	Giant Bekasi	85	90	90	85	90	85	90	100	715
2	Genta N	Giant Bogor	85	90	90	85	85	90	85	90	700
3	Nurul Arida	Carr Cikarang	0	0	0	0	0	0	0	0	-
4	Nengsih A	Giant Cimanggis	95	100	90	90	95	90	90	95	745
5	Atie T	Carr Depok	100	100	100	100	100	90	100	100	790
6	Fungie RA	Alfa+Tip Top Depok	100	100	100	100	100	95	100	100	795
7	Sri Haryati	Giant Bekasi	100	100	100	90	100	95	100	100	785
8	Nita P	Alfa Bekasi 1 & 2	95	95	90	90	90	90	90	100	740
9	Erika	Naga Pd Ungu+Hari BTC	90	90	90	90	90	90	90	90	720
10	Rosalia	Giant Depook	90	100	90	90	90	90	90	95	735
11	Fika Indah S	Carr Kramat Jati	90	90	90	90	90	90	90	90	720
12	Kholipah	Hyper Cibubur	95	100	90	90	95	90	90	100	750
13	Riyana	Hyper Sentul	90	90	90	90	90	90	90	100	730
14	Yeni O	Ada Bogor + MSM Ekalok	90	85	90	90	90	90	90	90	715
15	Apriani	Alfa PS Minggu	90	80	80	85	80	85	85	90	675
16	Rumisa	Carr Bekasi	90	90	90	90	85	85	85	90	705
17	Elvina	Giant Bekasi	85	90	90	85	95	85	90	90	710
18	Diana	Hyper Depok	90	90	90	90	90	90	90	100	730
19	Nurhasanah	Hyper Grand Mall	85	90	90	85	90	90	85	100	715

TL : Eni P
Jakarta Direct

No	Nama SPG	Outlet	Product knowledge	Attitude			Kontak Custumer	Penampilan	Reporting	Merchandising	Total
				Absensi	Disiplin	Komunikasi					
1	Ria Kristanti	Hyper Karawaci	100	100	95	100	100	100	100	98	793
2	Fitriani	Carr MT Haryono	95	90	90	95	95	95	95	90	745
3	Dewi	Carr Lb Bulus	90	95	95	95	95	95	90	90	745
4	Citra	Carr ratu Plas	95	85	95	90	90	90	95	85	725
5	Novita	Carr Ambassador	90	100	100	95	95	80	90	75	725
6	Ratu Mardiah	Carr Cikokol	85	90	95	90	90	90	90	90	720
7	Ana Tresnawati	Giant Lb Bulus	90	90	90	90	85	85	90	90	710
8	Erma	Giant Cileduk	90	90	70	90	90	90	90	90	700
9	Yeni	Giant Semanggi	80	90	80	80	75	90	90	90	675
10	Ida	Carr BSD	35	90	90	90	90	90	100	90	675
11	Lina	Carr Ambassador	80	75	70	90	90	90	75	90	660
12	Herlin	Giant Setos	70	80	80	70	70	75	75	75	595
13	Nurjanah	Carr Lb Bulus	100	100	100	100	100	98	95	100	793
14	Anita Smelvia	Hyper Karawaci	98	100	100	98	90	100	95	98	779
15	Siti	Carr BSD	100	90	95	90	95	95	100	95	760
16	Indri Astuti	Carr Lb Bulus	95	95	93	100	100	98	100	100	786
17	Rina Ramli	Alfa Bintaro	100	95	95	90	90	95	95	95	755
18	Nuraida	Hyper Serpong	98	100	100	100	100	98	100	98	794
19	Rahmawati	Giant Kalibata	100	90	85	95	100	98	90	100	758
20	Nurlaili	MSM Citos+Tip Top Cip	100	95	95	100	98	95	95	95	773
21	Nurmalisa	Carr Permata Hijau	98	90	95	95	95	100	100	95	768
22	Junida	Carr Ambassador	90	90	90	90	90	95	85	87	717
23	Ria Agustina	Carr MT Haryono	95	95	95	90	95	100	90	100	760
24	Maimunah	Giant Cileduk	95	90	95	90	90	95	95	85	735
25	Nina Agustina	Carr Taman Palem	90	90	85	85	90	85	90	85	700
26	Apriyanti	Indogrosir Bandengan	90	95	30	95	85	90	90	90	665
27	Saraswati	Giant Villa Melati Mas	80	82	85	90	90	90	90	80	687
28	Khorunisa	Giant Lb Bulus	97	40	90	90	90	90	90	95	682
29	Nurchayati	Tip Top Cimone	92	100	98	100	100	90	90	100	770
30	Lilis	Hyper Metropolis	90	90	90	90	95	90	90	90	725

TL : Sondang Jenny (Jakarta Non Direct)

No	Nama SPG	Outlet	Product knowledge	Attitude			Kontak Custumer	Penampilan	Reporting	Merchandising	Total
				Absensi	Disiplin	Komunikasi					
1	Wiji Astuti	Yogya Cimanggu	98	98	98	96	97	97	95	95	774
2	Megawati	Yogya Surken Grand Surken	98	98	98	95	97	97	95	95	773
3	Nova M	Ngesti Anam Ngesti Ayung	89	89	89	87	87	95	90	95	721

TL : Aby Fikri (Jkt Non Direct)

No	Nama SPG	Outlet	Product knowledge	Attitude			Kontak Custumer	Penampilan	Reporting	Merchandising	Total
				Absensi	Disiplin	Komunikasi					
1	Lestari	Mini Super	100	98	98	97	98	99	95	95	780
		AB Fatmawati									
		KSU Sejati Mulia									
2	Rina Tarigan	Yogya Mangga 2	98	98	97	97	98	97	95	95	775
		UD Lestari									

TL : Ratna Dwi (Jakarta non direct)

No	Nama SPG	Outlet	Product knowled	Attitude			Kontak Custumer	Penampilan	Reporting	Merchandising	Total
				Absensi	Disiplin	Komunikasi					
1	Siska Dahlia	Subur Tangerang	99	98	97	97	98	99	95	95	778
		Subur Kotabumi									
2	Irma Yunia	Subur Cikupa	100	98	96	98	98	98	95	95	778
		Subur Jatiuwung									

Lampiran 6. Rangking SPG Berdasarkan Penilaian
Performance Selling Out dan Penilaian Team Leader

**Ranking SPG
Jakarta Direct
TL : Parsiyah**

No	Nama SPG	Outlet	Avg Dec-Feb	Selling-Out	Product knowledge	Attitude			Kontak Custumer	Penampilan	Reporting	Merchandising	Total
						Absensi	Disiplin	Komunikasi					
1	Siti Khoiriyah	Alfa Sunter	#DIV/0!	#DIV/0!	87	97	93	95	92	95	94	94	#DIV/0!
2	Sri Juliana	Carr Puri Ind	#DIV/0!	#DIV/0!	90	87	89	89	95	97	95	94	#DIV/0!
3	Erna Amelia	Carr Puri Ind	#DIV/0!	#DIV/0!	85	87	87	85	90	94	92	94	#DIV/0!
4	Sri Maningsih	Tip Top Raw	118	118	100	98	97	95	97	97	95	95	892
5	Shinta Maris	Carr Pluit	112	112	98	98	95	95	98	95	96	95	882
6	Ana Fitriawati	Alfa Kebayor	107	107	100	97	95	98	95	94	95	95	876
7	Wahyuni	Carr Cempak	99	99	98	98	97	98	95	95	95	95	870
8	Siti Aisyah	Carr Pluit	109	109	93	98	93	95	95	95	95	95	868
9	Siti Rachma	Naga Pd Ged	100	100	98	98	97	95	96	94	95	95	868
10	Suarni	Giant Pd Ged	96	96	100	98	95	95	98	95	95	95	867
11	Salpania	Carr TAMINI	107	107	95	95	92	95	95	95	93	95	862
12	Fitria Rosita	Hari Lokasan	94	94	100	98	96	95	97	92	95	95	862
13	Rita Oktaria	Hyper Kelapa	97	97	97	95	93	95	97	95	95	95	859
14	Yuliaty Susana	Tip Top Raw	94	94	96	95	95	95	95	95	95	95	855
15	Rosmiati	Carr Cempak	98	98	95	97	95	95	93	93	95	94	855
16	Betty Anistha	Hyper JACC	98	98	97	92	89	93	97	97	95	95	853
17	Nuryuliaty	Carr Duta Me	101	101	92	97	93	95	91	93	94	94	850
18	Sri Saptani	Makro Meruy	97	97	92	95	95	95	93	93	94	95	849
19	Upik Zainab	Tip Top Pd B	91	91	98	95	92	95	97	90	94	95	847
20	Dina Y	Carr TAMINI	116	116	89	93	85	87	93	92	92	95	842
21	Putri Jayanti	Carr Cempak	95	95	93	98	87	92	91	94	93	95	838
22	Listiawati	Hyper Gajah	95	95	92	94	92	89	90	95	94	95	836
23	Azizah	Alfa Kebayor	107	107	89	87	90	89	90	95	93	95	835
24	Sri Lamsiyah Sari	Carr Duta Me	97	97	87	92	92	95	91	93	94	94	835
25	Zulfatul Fikria	Carr Mangga	114	114	90	87	89	85	90	92	93	93	833
26	Nurul	Carr Puri Ind	94	94	87	85	87	87	91	97	92	94	814
27	Tutut	Carr Kelapa G	83	83	85	92	89	91	90	92	93	93	808
28	Revi.H	Indogrosir Ci	85	85	81	87	89	90	90	92	91	93	798
29	Riyani Hastuti	Tip Top Pd B	72	-	95	89	91	93	96	93	94	95	746
30	Ratna Yulianti	MSM Cilegon	53	-	87	87	90	90	90	90	91	93	718

SPG baru, tidak dimasukkan dalam studi

SPG baru, tidak dimasukkan dalam studi

SPG baru, tidak dimasukkan dalam studi

Ranking SPG

Jakarta Direct

TL : Deni N

No	Nama SPG	Outlet	Avg Dec-Feb	Selling-Out	Product knowledge	Attitude			Kontak Custumer	Penampilan	Reporting	Merchandising	Total
						Absensi	Disiplin	Komunikasi					
1	Mutuharoh	Giant Bekasi	#DIV/0!	#DIV/0!	85	90	90	85	90	85	90	100	#DIV/0!
2	Genta N	Giant Bogor	#DIV/0!	#DIV/0!	85	90	90	85	85	90	85	90	#DIV/0!
3	Nurul Arida	Carr Cikarang	#DIV/0!	#DIV/0!	0	0	0	0	0	0	0	0	#DIV/0!
4	Nengsih A	Giant Cimanggis	162	162	95	100	90	90	95	90	90	95	907
5	Atie T	Carr Depok	115	115	100	100	100	100	100	90	100	100	905
6	Fungie RA	Alfa+Tip Top Depok	102	102	100	100	100	100	100	95	100	100	897
7	Sri Haryati	Giant Bekasi	94	94	100	100	100	90	100	95	100	100	879
8	Nita P	Alfa Bekasi 1 & 2	125	125	95	95	90	90	90	90	90	100	865
9	Erika	Naga Pd Ungu+Hari BTC	135	135	90	90	90	90	90	90	90	90	855
10	Rosalia	Giant Depoek	110	110	90	100	90	90	90	90	90	95	845
11	Fika Indah S	Carr Kramat Jati	115	115	90	90	90	90	90	90	90	90	835
12	Kholipah	Hyper Cibubur	83	83	95	100	90	90	95	90	90	100	833
13	Riyana	Hyper Sentul	96	96	90	90	90	90	90	90	90	100	826
14	Yeni O	Ada Bogor + MSM Ekalok	104	104	90	85	90	90	90	90	90	90	819
15	Apriani	Alfa PS Minggu	142	142	90	80	80	85	80	85	85	90	817
16	Rumisa	Carr Bekasi	106	106	90	90	90	90	85	85	85	90	811
17	Elvina	Giant Bekasi	85	85	85	90	90	85	95	85	90	90	795
18	Diana	Hyper Depok	76	-	90	90	90	90	90	90	90	100	730
19	Nurhasanah	Hyper Grand Mall	75	-	85	90	90	85	90	90	85	100	715

Ranking SPG
Jakarta Direct
TL : Eni P

No	Nama SPG	Outlet	Avg Dec-Feb	Selling-Out	Product knowledge	Attitude			Kontak Custumer	Penampilan	Reporting	Merchandising	Total
						Absensi	Disiplin	Komunikasi					
1	Ria Kristanti	Hyper Karawaci	#DIV/0!	#DIV/0!	100	100	95	100	100	100	100	98	#DIV/0!
2	Fitriani	Carr MT Haryono	#DIV/0!	#DIV/0!	95	90	90	95	95	95	95	90	#DIV/0!
3	Dewi	Carr Lb Bulus	#DIV/0!	#DIV/0!	90	95	95	95	95	95	90	90	#DIV/0!
4	Citra	Carr ratu Plas	#DIV/0!	#DIV/0!	95	85	95	90	90	90	95	85	#DIV/0!
5	Novita	Carr Ambassador	#DIV/0!	#DIV/0!	90	100	100	95	95	80	90	75	#DIV/0!
6	Ratu Mardiah	Carr Cikokol	#DIV/0!	#DIV/0!	85	90	95	90	90	90	90	90	#DIV/0!
7	Ana Tresnawati	Giant Lb Bulus	#DIV/0!	#DIV/0!	90	90	90	90	85	85	90	90	#DIV/0!
8	Erma	Giant Cileduk	#DIV/0!	#DIV/0!	90	90	70	90	90	90	90	90	#DIV/0!
9	Yeni	Giant Semanggi	#DIV/0!	#DIV/0!	80	90	80	80	75	90	90	90	#DIV/0!
10	Ida	Carr BSD	#DIV/0!	#DIV/0!	35	90	90	90	90	90	100	90	#DIV/0!
11	Lina	Carr Ambassador	#DIV/0!	#DIV/0!	80	75	70	90	90	90	75	90	#DIV/0!
12	Hertin	Giant Setios	#DIV/0!	#DIV/0!	70	80	80	70	70	75	75	75	#DIV/0!
13	Nurjanah	Carr Lb Bulus	108	108	100	100	100	100	100	98	95	100	901
14	Anita Smelvia	Hyper Karawaci	119	119	98	100	100	98	90	100	95	98	898
15	Siti	Carr BSD	134	134	100	90	95	90	95	95	100	95	894
16	Indri Astuti	Carr Lb Bulus	108	108	95	95	98	100	100	98	100	100	894
17	Rina Ramli	Alfa Bintaro	130	130	100	95	95	90	90	95	95	95	885
18	Nuraida	Hyper Serpong	87	87	98	100	100	100	100	98	100	98	881
19	Rahmawati	Giant Kalibata	119	119	100	90	85	95	100	98	90	100	877
20	Nurlaili	MSM Citos+Tip Top Ciputat	103	103	100	95	95	100	98	95	95	95	876
21	Nurmala	Carr Permata Hijau	103	103	98	90	95	95	95	100	100	95	871
22	Junida	Carr Ambassador	143	143	90	90	90	90	90	95	85	87	860
23	Ria Agustina	Carr MT Haryono	94	94	95	95	95	90	95	100	90	100	854
24	Maimunah	Giant Cileduk	100	100	95	90	95	90	90	95	95	85	835
25	Nina Agustina	Carr Taman Palem	127	127	90	90	85	85	90	85	90	85	827
26	Apriyanti	Indogrosir Bandengan	117	117	90	95	30	95	85	90	90	90	782
27	Saraswati	Giant Villa Melati Mas	90	90	80	82	85	90	90	90	90	80	777
28	Khorunisa	Giant Lb Bulus	93	93	97	40	90	90	90	90	90	95	775
29	Nurchayati	Tip Top Cimone	72	-	92	100	98	100	100	90	90	100	770
30	Lilis	Hyper Metropolis	70	-	90	90	90	90	95	90	90	90	725

Ranking SPG

TL : Aby Fikri (Jkt Non Direct)

No	Nama SPG	Outlet	Avg Dec-Feb	Selling-Out	Product knowledge	Attitude			Kontak Custumer	Penampilan	Reporting	Merchandising	Total
						Absensi	Disiplin	Komunikasi					
1	Lestari	Mini Super	85	85	100	98	98	97	98	99	95	95	865
		AB Fatmawati											
		KSU Sejati Mulia											
2	Rina Tarigan	Yogya Mangga 2	93	93	98	98	97	97	98	97	95	95	868
		UD Lestari											

Ranking SPG

TL : Sondang Jenny (Jakarta Non Direct)

No	Nama SPG	Outlet	Avg Dec-Feb	Selling-Out	Product knowledge	Attitude			Kontak Custumer	Penampilan	Reporting	Merchandising	Total
						Absensi	Disiplin	Komunikasi					
1	Wiji Astuti	Yogya Cimanggu	115	115	98	98	98	96	97	97	95	95	889
2	Megawati	Yogya Surken	121	121	98	98	98	95	97	97	95	95	894
		Grand Surken											
3	Nova M	Ngesti Anam	100	100	89	89	89	87	87	95	90	95	821
		Ngesti Ayung											

Ranking SPG

TL : Ratna Dwi
Jakarta non direct

No	Nama SPG	Outlet	Avg Dec-Feb	Selling-Out	Product knowledge	Attitude			Kontak Custumer	Penampilan	Reporting	Merchandising	Total
						Absensi	Disiplin	Komunikasi					
1	Siska Dahlia	Subur Tangerang	108	108	99	98	97	97	98	99	95	95	886
2	Irma Yunia	Subur Kotabumi	121	121	100	98	96	98	98	98	95	95	899
		Subur Cikupa											
		Subur Jatiuwung											



Serviens in lumine veritatis

Lampiran 7. Hasil Klasifikasi Kelompok *Top* dan *Bottom Performer Sales Promotion Girl* PT.FBI

Hasil Klasifikasi Top dan Bottom Performer Berdasarkan Rangking SPG

	Nama SPG	Outlet	Avg Dec-Feb	Selling-Out	Product knowledge	Attitude			Kontak Customer	Penampilan	Reporting	Merchandising	Total
						Absensi	Disiplin	Komunikasi					
T O P	1 Nengsih A	Giant Cimanggis	162	162	95	100	90	90	95	90	90	95	907
	2 Atie T	Carr Depok	115	115	100	100	100	100	100	90	100	100	905
	3 Nurjanah	Carr Lb Bulus	108	108	100	100	100	100	100	98	95	100	901
	4 Irma Yunia	Subur Cikupa, Subur Jatiuwung	121	121	100	98	96	98	98	98	95	95	899
	5 Anita Smelvia	Hyper Karawaci	119	119	98	100	100	98	90	100	95	98	898
	6 Fungie RA	Alfa+Tip Top Depok	102	102	100	100	100	100	100	95	100	100	897
	7 Siti	Carr BSD	134	134	100	90	95	90	95	95	100	95	894
	8 Indri Astuti	Carr Lb Bulus	108	108	95	95	98	100	100	98	100	100	894
	9 Megawati	Yogya Surken, Grand Surken	121	121	98	98	98	95	97	97	95	95	894
	10 Sri Maningsih	Tip Top Rawamangun	118	118	100	98	97	95	97	97	95	95	892
	11 Wiji Astuti	Yogya Cimanggu	115	115	98	98	98	96	97	97	95	95	889
	12 Siska Dahlia	Subur Tangerang, Subur Kotabum	108	108	99	98	97	97	98	99	95	95	886
	13 Rina Ramli	Alfa Bintaro	130	130	100	95	95	90	90	95	95	95	885
	14 Shinta Maris	Carr Pluit	112	112	98	98	95	95	98	95	96	95	882
	15 Nuraida	Hyper Serpong	87	87	98	100	100	100	100	98	100	98	881
	16 Sri Haryati	Giant Bekasi	94	94	100	100	100	90	100	95	100	100	879
	17 Rahmawati	Giant Kalibata	119	119	100	90	85	95	100	98	90	100	877
A V E R A G E	18 Ana Fitriawati	Alfa Kebayoran & Meruya	107	107	100	97	95	98	95	94	95	95	876
	19 Nurlaili	MSM Citos+Tip Top Ciputat	103	103	100	95	95	100	98	95	95	95	876
	20 Nurmala	Carr Permata Hijau	103	103	98	90	95	95	95	100	100	95	871
	21 Wahyuni	Carr Cempaka Mas	99	99	98	98	97	98	95	95	95	95	870
	22 Siti Aisyah	Carr Pluit	109	109	93	98	93	95	95	95	95	95	868
	23 Rina Tarigan	Yogya Mangga 2, UD Lestari	93	93	98	98	97	97	98	97	95	95	868
	24 Siti Rachma	Naga Pd Gede	100	100	98	98	97	95	96	94	95	95	868
	25 Suarni	Giant Pd Gede	96	96	100	98	95	95	98	95	95	95	867
	26 Lestari	Mini Super, AB Fatmawati, KSU	85	85	100	98	98	97	98	99	95	95	865
	27 Nita P	Alfa Bekasi 1 & 2	125	125	95	95	90	90	90	90	90	100	865
	28 Salpania	Carr TAMINI	107	107	95	95	92	95	95	95	93	95	862
	29 Fitria Rosita	Hari Lokasari & ROXY	94	94	100	98	96	95	97	92	95	95	862
	30 Junida	Carr Ambassador	143	143	90	90	90	90	90	95	85	87	860
	31 Rita Oktaria	Hyper Kelapa Gading	97	97	97	95	93	95	97	95	95	95	859
	32 Yuliati Susana	Tip Top Rawamangun	94	94	96	95	95	95	95	95	95	95	855
	33 Rosmiati	Carr Cempaka Putih	98	98	95	97	95	95	93	93	95	94	855
	34 Erika	Naga Pd Ungu+Hari BTC	135	135	90	90	90	90	90	90	90	90	855
	35 Ria Agustina	Carr MT Haryono	94	94	95	95	95	90	95	100	90	100	854
	36 Betty Anistha	Hyper JACC	98	98	97	92	89	93	97	97	95	95	853
	37 Nuryuliatu	Carr Duta Merlin	101	101	92	97	93	95	91	93	94	94	850

	38	Sri Saptani	Makro Meruya & Hari Kalideres	97	97	92	95	95	95	93	93	94	95	849
	39	Upik Zainab	Tip Top Pd Bambu	91	91	98	95	92	95	97	90	94	95	847
	40	Rosalia	Giant Depook	110	110	90	100	90	90	90	90	90	95	845
	41	Dina Y	Carr TAMINI	116	116	89	93	85	87	93	92	92	95	842
	42	Putri Jayanti	Carr Cempaka Mas	95	95	93	98	87	92	91	94	93	95	838
	43	Listiawati	Hyper Gajah Mada	95	95	92	94	92	89	90	95	94	95	836
	44	Maimunah	Giant Cileduk	100	100	95	90	95	90	90	95	95	85	835
	45	Azizah	Alfa Kebayoran	107	107	89	87	90	89	90	95	93	95	835
	46	Sri Lamsiyah S	Carr Duta Merlin	97	97	87	92	92	95	91	93	94	94	835
	47	Fika Indah S	Carr Kramat Jati	115	115	90	90	90	90	90	90	90	90	835
	48	Kholipah	Hyper Cibubur	83	83	95	100	90	90	95	90	90	100	833
	49	Zulfatul Fikria	Carr Manga Dua	114	114	90	87	89	85	90	92	93	93	833
	50	Nina Agustina	Carr Taman Palem	127	127	90	90	85	85	90	85	90	85	827
	51	Riyana	Hyper Sentul	96	96	90	90	90	90	90	90	90	100	826
B O T T O M	52	Nova M	Ngesti Anam, Ngesti Ayung	100	100	89	89	89	87	87	95	90	95	821
	53	Yeni O	Ada Bogor + MSM Ekalok	104	104	90	85	90	90	90	90	90	90	819
	54	Apriani	Alfa PS Minggu	142	142	90	80	80	85	80	85	85	90	817
	55	Nurul	Carr Puri Indah	94	94	87	85	87	87	91	97	92	94	814
	56	Rumisa	Carr Bekasi	106	106	90	90	90	90	85	85	85	90	811
	57	Tutut	Carr Kelapa Gading	83	83	85	92	89	91	90	92	93	93	808
	58	Revi.H	Indogrosir Cipinang	85	85	81	87	89	90	90	92	91	93	798
	59	Elvina	Giant Bekasi	85	85	85	90	90	85	95	85	90	90	795
	60	Apriyanti	Indogrosir Bandengan	117	117	90	95	30	95	85	90	90	90	782
	61	Saraswati	Giant Villa Melati Mas	90	90	80	82	85	90	90	90	90	80	777
	62	Khorunisa	Giant Lb Bulus	93	93	97	40	90	90	90	90	90	95	775
	63	Nurchayati	Tip Top Cimone	72	-	92	100	98	100	100	90	90	100	770
	64	Riyan Hastuti	Tip Top Pd Bambu	72	-	95	89	91	93	96	93	94	95	746
	65	Diana	Hyper Depok	76	-	90	90	90	90	90	90	90	100	730
	66	Lilis	Hyper Metropolis	70	-	90	90	90	90	95	90	90	90	725
	67	Ratna Yulianti	MSM Cilegon	53	-	87	87	90	90	90	90	91	93	718
	68	Nurhasanah	Hyper Grand Mall	75	-	85	90	90	85	90	90	85	100	715

Lampiran 8. Hasil Pengujian Anova Perbedaan Antara *Top*
dan *Bottom performer*

Oneway

Descriptives

performance

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
1.00	17	891.7647	9.03140	2.19044	887.1212	896.4082	877.00	907.00
2.00	17	777.7059	37.76534	9.15944	758.2887	797.1230	715.00	821.00
Total	34	834.7353	63.89020	10.95708	812.4429	857.0276	715.00	907.00

Test of Homogeneity of Variances

performance

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
23.428	1	32	.000

ANOVA

performance

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	110580.0	1	110580.029	146.679	.000
Within Groups	24124.588	32	753.893		
Total	134704.6	33			

Lampiran 9. Hasil Rekap Kuesioner Penelitian

Lampiran 9. Hasil Rekap Kuesioner Penelitian

	ap1	ap2	ap3	ap4	sp1	sp2	sp3	sp4	sp5	sp6	sp7	sp8	sp9	sp10	ob1	ob2	ob3	ob4	ob5	ob6	clo1	clo2	clo3	clo4	clo5	clo6	clo7
1	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	2	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	2	3	4	2
2	2	4	3	4	4	3	2	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	2	3	4	3	4	2	4	3	3
3	2	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	2	2	4	4	2	3	3	3	4	2	
4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	1
5	3	4	4	1	3	4	4	4	4	4	4	1	1	1	1	1	4	4	4	4	3	4	3	3	4	1	
6	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	2	4	2	3	3	4	4	4	3	
7	2	3	3	3	4	4	1	4	3	3	2	3	2	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	1	
8	2	2	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	2	4	3	3	4	3	4	2	2	4	4	3	4	3	
9	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	2	4	4	4	4	4	3	
10	4	3	3	3	1	4	4	4	4	3	1	2	1	3	1	3	1	2	4	4	3	3	4	1	1	4	3
11	2	4	2	3	3	4	2	4	4	4	2	3	3	1	2	3	3	2	4	3	2	2	2	3	3	4	2
12	3	4	2	2	4	3	3	4	4	2	3	2	2	4	3	2	3	1	3	2	3	3	4	4	4	3	2
13	3	3	3	2	3	3	3	3	4	2	1	2	3	4	2	2	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	2
14	2	3	2	3	4	3	3	4	3	3	1	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	1
15	3	4	3	2	2	4	3	3	4	4	2	4	2	4	3	2	3	2	4	2	3	3	3	2	2	4	1
16	2	4	2	3	4	3	4	4	3	3	2	3	2	4	3	3	3	2	3	3	2	3	3	4	4	3	2
17	3	3	3	2	3	4	3	3	2	3	2	4	3	3	4	2	3	3	4	2	3	3	4	4	3	4	1
18	3	2	4	4	2	4	4	3	3	4	3	3	2	2	3	4	4	3	4	4	4	3	3	2	4	2	
19	1	2	1	2	3	2	2	3	2	2	1	4	1	2	2	2	1	1	2	3	3	2	1	2	3	2	1
20	2	2	3	4	4	3	3	2	4	2	1	3	1	3	1	4	2	2	3	1	2	4	4	3	4	3	2
21	1	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	1	2	2	4	2	2	2	1	2	2	4	2	2	2	2	2
22	2	3	2	2	1	3	4	2	2	4	4	1	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	1	3	1
23	3	3	2	3	3	2	3	2	3	2	1	1	2	3	1	3	3	1	2	1	3	1	1	1	3	2	2
24	2	3	2	2	2	2	3	3	2	1	1	2	4	4	3	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	1
25	2	1	3	1	2	2	1	3	1	2	1	1	1	3	1	1	2	1	2	1	2	3	1	4	2	2	1
26	2	2	1	2	3	3	2	2	2	3	1	3	1	4	1	2	2	1	3	2	2	2	2	2	3	3	4
27	1	4	2	1	3	3	2	3	1	4	4	3	2	2	3	1	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3
28	3	2	1	2	1	2	1	2	2	1	1	2	1	2	2	2	3	3	2	1	3	4	1	1	1	2	2
29	3	4	2	2	1	1	2	2	2	2	2	1	2	3	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	1	1
30	4	3	2	2	4	3	3	2	3	2	2	2	4	2	3	2	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3
31	3	2	2	3	4	1	2	3	3	4	3	3	3	3	2	3	1	1	1	4	2	2	2	3	4	1	1
32	1	3	2	2	3	4	4	2	2	2	1	3	2	2	2	1	2	4	4	1	1	1	1	1	3	4	2
33	2	3	4	1	2	3	1	3	1	1	2	1	1	2	3	1	3	1	3	3	4	2	2	2	3	3	3
34	1	4	3	1	1	2	2	3	1	2	2	3	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2

Keterangan: ap = Approach

sp = Sales Presentation

ob = Overcoming Objection

clo = Closing

Lampiran 10. Analisis Diskriminan Tahap Approach

Discriminant

Analysis Case Processing Summary

Unweighted Cases		N	Percent
Valid		34	100.0
Excluded	Missing or out-of-range group codes	0	.0
	At least one missing discriminating variable	0	.0
	Both missing or out-of-range group codes and at least one missing discriminating variable	0	.0
Total		0	.0
		34	100.0

Group Statistics

topbottom	Mean	Std. Deviation	Valid N (listwise)		
			Unweighted	Weighted	
1.00	ap1	2.5882	.61835	17	17.000
	ap2	3.4706	.62426	17	17.000
	ap3	3.0000	.70711	17	17.000
	ap4	2.8235	.80896	17	17.000
2.00	ap1	2.1176	.92752	17	17.000
	ap2	2.7059	.84887	17	17.000
	ap3	2.2353	.90342	17	17.000
	ap4	2.1176	.92752	17	17.000
Total	ap1	2.3529	.81212	34	34.000
	ap2	3.0882	.83003	34	34.000
	ap3	2.6176	.88813	34	34.000
	ap4	2.4706	.92884	34	34.000

Tests of Equality of Group Means

	Wilks' Lambda	F	df1	df2	Sig.
ap1	.914	3.030	1	32	.091
ap2	.781	8.954	1	32	.005
ap3	.809	7.553	1	32	.010
ap4	.851	5.592	1	32	.024

Analysis 1
Stepwise Statistics

Variables Entered/Removed^{a,b,c,d}

Step	Entered	Statistic	Between Groups	Min. D Squared			
				Exact F			
				Statistic	df1	df2	Sig.
1	ap2	1.053	1.00 and 2.00	8.954	1	32.000	.005
2	ap4	2.243	1.00 and 2.00	9.234	2	31.000	.001
3	ap3	3.189	1.00 and 2.00	8.469	3	30.000	.000

At each step, the variable that maximizes the Mahalanobis distance between the two closest groups is entered.

- a. Maximum number of steps is 8.
- b. Maximum significance of F to enter is .05.
- c. Minimum significance of F to remove is .10.
- d. F level, tolerance, or VIN insufficient for further computation.

Variables in the Analysis

Step		Tolerance	Sig. of F to Remove	Min. D Squared	Between Groups
1	ap2	1.000	.005		
2	ap2	.942	.002	.658	1.00 and 2.00
	ap4	.942	.009	1.053	1.00 and 2.00
3	ap2	.941	.004	1.512	1.00 and 2.00
	ap4	.942	.020	2.028	1.00 and 2.00
	ap3	.998	.038	2.243	1.00 and 2.00

Variables Not in the Analysis

Step		Tolerance	Min. Tolerance	Sig. of F to Enter	Min. D Squared	Between Groups
0	ap1	1.000	1.000	.091	.356	1.00 and 2.00
	ap2	1.000	1.000	.005	1.053	1.00 and 2.00
	ap3	1.000	1.000	.010	.889	1.00 and 2.00
	ap4	1.000	1.000	.024	.658	1.00 and 2.00
1	ap1	.972	.972	.057	1.659	1.00 and 2.00
	ap3	.998	.998	.018	2.028	1.00 and 2.00
	ap4	.942	.942	.009	2.243	1.00 and 2.00
2	ap1	.966	.923	.131	2.725	1.00 and 2.00
	ap3	.998	.941	.038	3.189	1.00 and 2.00
3	ap1	.962	.922	.208	3.585	1.00 and 2.00

Wilks' Lambda

Step	Number of Variables	Lambda	df1	df2	df3	Exact F			
						Statistic	df1	df2	Sig.
1	1	.781	1	1	32	8.954	1	32.000	.005
2	2	.627	2	1	32	9.234	2	31.000	.001
3	3	.541	3	1	32	8.469	3	30.000	.000

Summary of Canonical Discriminant Functions

Eigenvalues

Function	Eigenvalue	% of Variance	Cumulative %	Canonical Correlation
1	.847 ^a	100.0	100.0	.677

^a. First 1 canonical discriminant functions were used in the analysis.

Wilks' Lambda

Test of Function(s)	Wilks' Lambda	Chi-square	df	Sig.
1	.541	18.713	3	.000

Standardized Canonical Discriminant Function Coefficients

	Function
	1
ap2	.748
ap3	.545
ap4	.622

Structure Matrix

	Function 1
ap2	.575
ap3	.528
ap4	.454
ap1 ^a	-.012

Pooled within-groups correlations between discriminating variables and standardized canonical discriminant functions
 Variables ordered by absolute size of correlation within function.

a. This variable not used in the analysis.

Canonical Discriminant Function Coefficients

	Function 1
ap2	1.004
ap3	.672
ap4	.714
(Constant)	-6.623

Unstandardized coefficients

Functions at Group Centroids

	Function 1
topbottom	
1.00	.893
2.00	-.893

Unstandardized canonical discriminant functions evaluated at group means

Classification Statistics**Classification Processing Summary**

Processed		34
Excluded	Missing or out-of-range group codes	0
	At least one missing discriminating variable	0
Used in Output		34

Prior Probabilities for Groups

topbottom	Prior	Cases Used in Analysis	
		Unweighted	Weighted
1.00	.500	17	17.000
2.00	.500	17	17.000
Total	1.000	34	34.000

Classification Function Coefficients

	topbottom	
	1.00	2.00
ap2	7.953	6.161
ap3	4.737	3.537
ap4	5.266	3.990
(Constant)	-29.034	-17.207

Fisher's linear discriminant functions

Classification Results^{b,c}

	topbottom	Predicted Group Membership		Total
		1.00	2.00	
		1.00	2.00	
Original	Count	1.00	14	3
		2.00	4	13
	%	1.00	82.4	17.6
		2.00	23.5	76.5
	Count	1.00	13	4
		2.00	5	12
Cross-validated ^a	%	1.00	76.5	23.5
		2.00	29.4	70.6
	Count	1.00	17	17
		2.00		

- a. Cross validation is done only for those cases in the analysis. In cross validation, each case is classified by the functions derived from all cases other than that case.
- b. 79.4% of original grouped cases correctly classified.
- c. 73.5% of cross-validated grouped cases correctly classified.

Lampiran 11. Analisis Diskriminan Tahap Sales presentation

Discriminant

Analysis Case Processing Summary

Unweighted Cases		N	Percent
Valid		34	100.0
Excluded	Missing or out-of-range group codes	0	.0
	At least one missing discriminating variable	0	.0
	Both missing or out-of-range group codes and at least one missing discriminating variable	0	.0
	Total	0	.0
	Total	34	100.0

Group Statistics

topbottom		Mean	Std. Deviation	Valid N (listwise)	
				Unweighted	Weighted
1.00	sp1	3.2941	.84887	17	17.000
	sp2	3.6471	.49259	17	17.000
	sp3	3.1765	.88284	17	17.000
	sp4	3.7059	.46967	17	17.000
	sp5	3.5294	.62426	17	17.000
	sp6	3.2353	.66421	17	17.000
	sp7	2.4706	1.00733	17	17.000
	sp8	3.1176	.92752	17	17.000
	sp9	2.5882	.87026	17	17.000
	sp10	3.2941	1.04670	17	17.000
2.00	sp1	2.4118	1.06412	17	17.000
	sp2	2.4706	.87447	17	17.000
	sp3	2.4118	1.00367	17	17.000
	sp4	2.5294	.51450	17	17.000
	sp5	2.1176	.92752	17	17.000
	sp6	2.4118	1.00367	17	17.000
	sp7	1.8235	1.07444	17	17.000
	sp8	2.1765	.95101	17	17.000
	sp9	1.9412	.96635	17	17.000
	sp10	2.7647	.75245	17	17.000
Total	sp1	2.8529	1.04830	34	34.000
	sp2	3.0588	.91920	34	34.000
	sp3	2.7941	1.00843	34	34.000
	sp4	3.1176	.76929	34	34.000
	sp5	2.8235	1.05803	34	34.000
	sp6	2.8235	.93649	34	34.000
	sp7	2.1471	1.07682	34	34.000
	sp8	2.6471	1.04105	34	34.000
	sp9	2.2647	.96323	34	34.000
	sp10	3.0294	.93696	34	34.000

Tests of Equality of Group Means

	Wilks' Lambda	F	df1	df2	Sig.
sp1	.818	7.143	1	32	.012
sp2	.578	23.358	1	32	.000
sp3	.852	5.564	1	32	.025
sp4	.398	48.485	1	32	.000
sp5	.541	27.106	1	32	.000
sp6	.801	7.959	1	32	.008
sp7	.907	3.281	1	32	.079
sp8	.789	8.533	1	32	.006
sp9	.884	4.209	1	32	.048
sp10	.918	2.867	1	32	.100

Analysis 1 Stepwise Statistics

Variables Entered/Removed^{a,b,c,d}

Step	Entered	Statistic	Min. D Squared				
			Between Groups	Exact F			
				Statistic	df1	df2	Sig.
1	sp4	5.704	1.00 and 2.00	48.485	1	32.000	.000
2	sp5	9.988	1.00 and 2.00	41.121	2	31.000	.000
3	sp2	11.974	1.00 and 2.00	31.806	3	30.000	.000

At each step, the variable that maximizes the Mahalanobis distance between the two closest groups is entered.

- a. Maximum number of steps is 20.
- b. Maximum significance of F to enter is .05.
- c. Minimum significance of F to remove is .10.
- d. F level, tolerance, or VIN insufficient for further computation.

Variables in the Analysis

Step		Tolerance	Sig. of F to Remove	Min. D Squared	Between Groups
1	sp4	1.000	.000		
2	sp4	.987	.000	3.189	1.00 and 2.00
	sp5	.987	.001	5.704	1.00 and 2.00
3	sp4	.987	.000	5.282	1.00 and 2.00
	sp5	.972	.006	8.452	1.00 and 2.00
	sp2	.984	.046	9.988	1.00 and 2.00

Variables Not in the Analysis

Step		Tolerance	Min. Tolerance	Sig. of F to Enter	Min. D Squared	Between Groups
0	sp1	1.000	1.000	.012	.840	1.00 and 2.00
	sp2	1.000	1.000	.000	2.748	1.00 and 2.00
	sp3	1.000	1.000	.025	.655	1.00 and 2.00
	sp4	1.000	1.000	.000	5.704	1.00 and 2.00
	sp5	1.000	1.000	.000	3.189	1.00 and 2.00
	sp6	1.000	1.000	.008	.936	1.00 and 2.00
	sp7	1.000	1.000	.079	.386	1.00 and 2.00
	sp8	1.000	1.000	.006	1.004	1.00 and 2.00
	sp9	1.000	1.000	.048	.495	1.00 and 2.00
	sp10	1.000	1.000	.100	.337	1.00 and 2.00
1	sp1	.986	.986	.253	6.118	1.00 and 2.00
	sp2	1.000	1.000	.005	8.452	1.00 and 2.00
	sp3	1.000	1.000	.168	6.314	1.00 and 2.00
	sp5	.987	.987	.001	9.988	1.00 and 2.00
	sp6	.999	.999	.120	6.486	1.00 and 2.00
	sp7	.968	.968	.724	5.743	1.00 and 2.00
	sp8	.995	.995	.043	7.063	1.00 and 2.00
	sp9	.971	.971	.590	5.795	1.00 and 2.00
	sp10	.906	.906	.018	7.611	1.00 and 2.00
2	sp1	.961	.961	.644	10.087	1.00 and 2.00
	sp2	.984	.972	.046	11.974	1.00 and 2.00
	sp3	.836	.825	.927	9.991	1.00 and 2.00
	sp6	.961	.950	.473	10.230	1.00 and 2.00
	sp7	.964	.953	.925	9.992	1.00 and 2.00
	sp8	.995	.982	.082	11.472	1.00 and 2.00
	sp9	.968	.957	.786	10.022	1.00 and 2.00
	sp10	.898	.898	.088	11.413	1.00 and 2.00
3	sp1	.961	.947	.674	12.072	1.00 and 2.00
	sp3	.706	.706	.369	12.427	1.00 and 2.00
	sp6	.925	.925	.764	12.024	1.00 and 2.00
	sp7	.947	.947	.868	11.989	1.00 and 2.00
	sp8	.970	.959	.182	12.988	1.00 and 2.00
	sp9	.957	.956	.652	12.087	1.00 and 2.00
	sp10	.868	.868	.054	14.161	1.00 and 2.00

Wilks' Lambda

Step	Number of Variables	Lambda	df1	df2	df3	Exact F			
						Statistic	df1	df2	Sig.
1	1	.398	1	1	32	48.485	1	32.000	.000
2	2	.274	2	1	32	41.121	2	31.000	.000
3	3	.239	3	1	32	31.806	3	30.000	.000

Summary of Canonical Discriminant Functions

Eigenvalues

Function	Eigenvalue	% of Variance	Cumulative %	Canonical Correlation
1	3.181 ^a	100.0	100.0	.872

a. First 1 canonical discriminant functions were used in the analysis.

Wilks' Lambda

Test of Function(s)	Wilks' Lambda	Chi-square	df	Sig.
1	.239	43.629	3	.000

Standardized Canonical Discriminant Function Coefficients

	Function
	1
sp2	.411
sp4	.753
sp5	.550

Structure Matrix

	Function
	1
sp4	.690
sp5	.516
sp2	.479
sp3 ^a	.397
sp10 ^a	-.230
sp6 ^a	.218
sp7 ^a	.214
sp1 ^a	.176
sp9 ^a	.108
sp8 ^a	.003

Pooled within-groups correlations between discriminating variables and standardized canonical discriminant functions
Variables ordered by absolute size of correlation within function.

a. This variable not used in the analysis.

Canonical Discriminant Function Coefficients

	Function
	1
sp2	.578
sp4	1.528
sp5	.696
(Constant)	-8.497

Unstandardized coefficients

Functions at Group Centroids

topbottom	Function
	1
1.00	1.730
2.00	-1.730

Unstandardized canonical discriminant functions evaluated at group means

Classification Statistics

Classification Processing Summary

Processed		34
Excluded	Missing or out-of-range group codes	0
	At least one missing discriminating variable	0
Used in Output		34

Prior Probabilities for Groups

topbottom	Prior	Cases Used in Analysis	
		Unweighted	Weighted
1.00	.500	17	17.000
2.00	.500	17	17.000
Total	1.000	34	34.000

Classification Function Coefficients

	topbottom	
	1.00	2.00
sp2	6.397	4.395
sp4	16.380	11.093
sp5	6.088	3.680
(Constant)	-53.452	-24.048

Fisher's linear discriminant functions

Classification Results^{b,c}

		topbottom	Predicted Group Membership		Total
			1.00	2.00	
Original	Count	1.00	16	1	17
		2.00	1	16	17
	%	1.00	94.1	5.9	100.0
		2.00	5.9	94.1	100.0
Cross-validated ^a	Count	1.00	16	1	17
		2.00	1	16	17
	%	1.00	94.1	5.9	100.0
		2.00	5.9	94.1	100.0

a. Cross validation is done only for those cases in the analysis. In cross validation, each case is classified by the functions derived from all cases other than that case.

b. 94.1% of original grouped cases correctly classified.

c. 94.1% of cross-validated grouped cases correctly classified.

**Lampiran 12. Analisis Diskriminan Tahap Overcoming
Objection**

Discriminant

Analysis Case Processing Summary

Unweighted Cases		N	Percent
Valid		34	100.0
Excluded	Missing or out-of-range group codes	0	.0
	At least one missing discriminating variable	0	.0
	Both missing or out-of-range group codes and at least one missing discriminating variable	0	.0
	Total	0	.0
Total		34	100.0

Group Statistics

topbottom		Mean	Std. Deviation	Valid N (listwise)	
				Unweighted	Weighted
1.00	ob1	3.0000	1.00000	17	17.000
	ob2	2.8235	.80896	17	17.000
	ob3	3.2353	.83137	17	17.000
	ob4	2.5294	.94324	17	17.000
	ob5	3.6471	.49259	17	17.000
	ob6	3.0000	.86603	17	17.000
2.00	ob1	2.0000	.93541	17	17.000
	ob2	2.1176	.92752	17	17.000
	ob3	2.2353	.83137	17	17.000
	ob4	1.8824	1.11144	17	17.000
	ob5	2.4706	.87447	17	17.000
	ob6	2.1176	1.05370	17	17.000
Total	ob1	2.5000	1.08012	34	34.000
	ob2	2.4706	.92884	34	34.000
	ob3	2.7353	.96323	34	34.000
	ob4	2.2059	1.06684	34	34.000
	ob5	3.0588	.91920	34	34.000
	ob6	2.5588	1.05000	34	34.000

Tests of Equality of Group Means

	Wilks' Lambda	F	df1	df2	Sig.
ob1	.779	9.067	1	32	.005
ob2	.851	5.592	1	32	.024
ob3	.722	12.298	1	32	.001
ob4	.905	3.349	1	32	.077
ob5	.578	23.358	1	32	.000
ob6	.818	7.115	1	32	.012

Analysis 1

Stepwise Statistics

Variables Entered/Removed^{a,b,c,d}

Step	Entered	Statistic	Min. D Squared				Sig.
			Between Groups	Statistic	df1	df2	
1	ob5	2.748	1.00 and 2.00	23.358	1	32.000	.000
2	ob3	3.727	1.00 and 2.00	15.346	2	31.000	.000

At each step, the variable that maximizes the Mahalanobis distance between the two closest groups is entered.

- a. Maximum number of steps is 12.
- b. Maximum significance of F to enter is .05.
- c. Minimum significance of F to remove is .10.
- d. F level, tolerance, or VIN insufficient for further computation.

Variables in the Analysis

Step	Tolerance	Sig. of F to Remove	Min. D Squared	Between Groups
1	1.000	.000		
2	ob5	.982	.001	1.00 and 2.00
	ob3	.982	.039	1.00 and 2.00

Variables Not in the Analysis

Step		Tolerance	Min. Tolerance	Sig. of F to Enter	Min. D Squared	Between Groups
0	ob1	1.000	1.000	.005	1.067	1.00 and 2.00
	ob2	1.000	1.000	.024	.658	1.00 and 2.00
	ob3	1.000	1.000	.001	1.447	1.00 and 2.00
	ob4	1.000	1.000	.077	.394	1.00 and 2.00
	ob5	1.000	1.000	.000	2.748	1.00 and 2.00
	ob6	1.000	1.000	.012	.837	1.00 and 2.00
1	ob1	.981	.981	.085	3.411	1.00 and 2.00
	ob2	.990	.990	.168	3.166	1.00 and 2.00
	ob3	.982	.982	.039	3.727	1.00 and 2.00
	ob4	.686	.686	.434	2.880	1.00 and 2.00
	ob6	1.000	1.000	.056	3.577	1.00 and 2.00
2	ob1	.777	.777	.421	3.894	1.00 and 2.00
	ob2	.982	.970	.149	4.275	1.00 and 2.00
	ob4	.569	.569	.100	4.446	1.00 and 2.00
	ob6	1.000	.982	.085	4.520	1.00 and 2.00

Wilks' Lambda

Step	Number of Variables	Lambda	df1	df2	df3	Exact F			
						Statistic	df1	df2	Sig.
1	1	.578	1	1	32	23.358	1	32.000	.000
2	2	.502	2	1	32	15.346	2	31.000	.000

Summary of Canonical Discriminant Functions

Eigenvalues

Function	Eigenvalue	% of Variance	Cumulative %	Canonical Correlation
1	.990 ^a	100.0	100.0	.705

a. First 1 canonical discriminant functions were used in the analysis.

Wilks' Lambda

Test of Function(s)	Wilks' Lambda	Chi-square	df	Sig.
1	.502	21.334	2	.000

Standardized Canonical Discriminant Function Coefficients

	Function
	1
ob3	.517
ob5	.789

Structure Matrix

	Function
	1
ob5	.859
ob4 ^a	.656
ob3	.623
ob1 ^a	.349
ob2 ^a	.040
ob6 ^a	.013

Pooled within-groups correlations between discriminating variables and standardized canonical discriminant functions
Variables ordered by absolute size of correlation within function.

a. This variable not used in the analysis.

Canonical Discriminant Function Coefficients

	Function
	1
ob3	.622
ob5	1.112
(Constant)	-5.104

Unstandardized coefficients

Functions at Group Centroids

	Function
	1
topbottom	
1.00	.965
2.00	-.965

Unstandardized canonical discriminant functions evaluated at group means

Classification Statistics

Classification Processing Summary

Processed		34
Excluded	Missing or out-of-range group codes	0
	At least one missing discriminating variable	0
Used in Output		34

Prior Probabilities for Groups

topbottom	Prior	Cases Used in Analysis	
		Unweighted	Weighted
1.00	.500	17	17.000
2.00	.500	17	17.000
Total	1.000	34	34.000

Classification Function Coefficients

	topbottom	
	1.00	2.00
ob3	3.923	2.722
ob5	6.625	4.478
(Constant)	-19.121	-9.267

Fisher's linear discriminant functions

Classification Results^{b,c}

		topbottom	Predicted Group Membership		Total
			1.00	2.00	
Original	Count	1.00	16	1	17
		2.00	4	13	17
	%	1.00	94.1	5.9	100.0
		2.00	23.5	76.5	100.0
Cross-validated ^a	Count	1.00	16	1	17
		2.00	5	12	17
	%	1.00	94.1	5.9	100.0
		2.00	29.4	70.6	100.0

a. Cross validation is done only for those cases in the analysis. In cross validation, each case is classified by the functions derived from all cases other than that case.

b. 85.3% of original grouped cases correctly classified.

c. 82.4% of cross-validated grouped cases correctly classified.

Lampiran 13. Analisis Diskriminan Tahap *Closing*

Discriminant

Analysis Case Processing Summary

Unweighted Cases		N	Percent
Valid		34	100.0
Excluded	Missing or out-of-range group codes	0	.0
	At least one missing discriminating variable	0	.0
	Both missing or out-of-range group codes and at least one missing discriminating variable	0	.0
	Total	0	.0
Total		34	100.0

Group Statistics

topbottom	Mean	Std. Deviation	Valid N (listwise)	
			Unweighted	Weighted
1.00	clo1	3.0588	.74755	17
	clo2	3.1765	.52859	17
	clo3	3.4118	.71229	17
	clo4	3.1765	.95101	17
	clo5	3.2941	.84887	17
	clo6	3.6471	.49259	17
	clo7	1.9412	.82694	17
2.00	clo1	2.5294	.79982	17
	clo2	2.5882	1.06412	17
	clo3	2.1176	1.05370	17
	clo4	2.3529	.93148	17
	clo5	2.4118	1.06412	17
	clo6	2.4706	.87447	17
	clo7	1.9412	.89935	17
Total	clo1	2.7941	.80827	34
	clo2	2.8824	.87956	34
	clo3	2.7647	1.10258	34
	clo4	2.7647	1.01679	34
	clo5	2.8529	1.04830	34
	clo6	3.0588	.91920	34
	clo7	1.9412	.85071	34

Tests of Equality of Group Means

	Wilks' Lambda	F	df1	df2	Sig.
clo1	.889	3.975	1	32	.055
clo2	.885	4.167	1	32	.050
clo3	.645	17.600	1	32	.000
clo4	.831	6.506	1	32	.016
clo5	.818	7.143	1	32	.012
clo6	.578	23.358	1	32	.000
clo7	1.000	.000	1	32	1.000

Analysis 1 Stepwise Statistics

Variables Entered/Removed^{a,b,c,d}

Step	Entered	Statistic	Min. D Squared			
			Between Groups	Exact F		
1	clo6	2.748	1.00 and 2.00	23.358	1	32.000
2	clo3	3.668	1.00 and 2.00	15.103	2	31.000

At each step, the variable that maximizes the Mahalanobis distance between the two closest groups is entered.

- a. Maximum number of steps is 14.
- b. Maximum significance of F to enter is .05.
- c. Minimum significance of F to remove is .10.
- d. F level, tolerance, or VIN insufficient for further computation.

Variables in the Analysis

Step	Tolerance	Sig. of F to Remove	Min. D Squared	Between Groups
1	clo6	1.000	.000	
2	clo6	.898	.007	2.071
	clo3	.898	.045	2.748

Variables Not in the Analysis

Step		Tolerance	Min. Tolerance	Sig. of F to Enter	Min. D Squared	Between Groups
0	clo1	1.000	1.000	.055	.468	1.00 and 2.00
	clo2	1.000	1.000	.050	.490	1.00 and 2.00
	clo3	1.000	1.000	.000	2.071	1.00 and 2.00
	clo4	1.000	1.000	.016	.765	1.00 and 2.00
	clo5	1.000	1.000	.012	.840	1.00 and 2.00
	clo6	1.000	1.000	.000	2.748	1.00 and 2.00
	clo7	1.000	1.000	1.000	.000	1.00 and 2.00
1	clo1	1.000	1.000	.152	3.201	1.00 and 2.00
	clo2	.969	.969	.372	2.920	1.00 and 2.00
	clo3	.898	.898	.045	3.668	1.00 and 2.00
	clo4	.999	.999	.050	3.622	1.00 and 2.00
	clo5	1.000	1.000	.064	3.525	1.00 and 2.00
	clo7	.868	.868	.169	3.164	1.00 and 2.00
2	clo1	.874	.785	.480	3.795	1.00 and 2.00
	clo2	.770	.713	.965	3.669	1.00 and 2.00
	clo4	.866	.778	.217	4.062	1.00 and 2.00
	clo5	.930	.835	.201	4.092	1.00 and 2.00
	clo7	.844	.814	.112	4.334	1.00 and 2.00

Wilks' Lambda

Step	Number of Variables	Lambda	df1	df2	df3	Exact F			
						Statistic	df1	df2	Sig.
1	1	.578	1	1	32	23.358	1	32.000	.000
2	2	.506	2	1	32	15.103	2	31.000	.000

Summary of Canonical Discriminant Functions

Eigenvalues

Function	Eigenvalue	% of Variance	Cumulative %	Canonical Correlation
1	.974 ^a	100.0	100.0	.703

a. First 1 canonical discriminant functions were used in the analysis.

Wilks' Lambda

Test of Function(s)	Wilks' Lambda	Chi-square	df	Sig.
1	.506	21.088	2	.000

Standardized Canonical Discriminant Function Coefficients

	Function
	1
clo3	.529
clo6	.697

Structure Matrix

	Function
	1
clo6	.866
clo3	.751
clo7 ^a	.392
clo2 ^a	.376
clo1 ^a	.183
clo4 ^a	.152
clo5 ^a	.151

Pooled within-groups correlations between discriminating variables and standardized canonical discriminant functions
Variables ordered by absolute size of correlation within function.

a. This variable not used in the analysis.

Canonical Discriminant Function Coefficients

	Function
	1
clo3	.588
clo6	.981
(Constant)	-4.627

Unstandardized coefficients

Functions at Group Centroids

	Function
	1
topbottom	
1.00	.958
2.00	-.958

Unstandardized canonical discriminant functions evaluated at group means

Classification Statistics

Classification Processing Summary

Processed		34
Excluded	Missing or out-of-range group codes	0
	At least one missing discriminating variable	0
Used in Output		34

Prior Probabilities for Groups

topbottom	Prior	Cases Used in Analysis	
		Unweighted	Weighted
1.00	.500	17	17.000
2.00	.500	17	17.000
Total	1.000	34	34.000

Classification Function Coefficients

	topbottom	
	1.00	2.00
clo3	2.664	1.538
clo6	6.162	4.282
(Constant)	-16.473	-7.611

Fisher's linear discriminant functions

Classification Results^{b,c}

	topbottom	Predicted Group Membership		Total
		1.00	2.00	
	Original	Count	1.00	2.00
% Original	1.00	16	1	17
	2.00	4	13	17
	1.00	94.1	5.9	100.0
	2.00	23.5	76.5	100.0
Cross-validated ^a	Count	1.00	16	17
		2.00	5	12
	%	1.00	94.1	5.9
		2.00	29.4	70.6
				100.0

a. Cross validation is done only for those cases in the analysis. In cross validation, each case is classified by the functions derived from all cases other than that case.

b. 85.3% of original grouped cases correctly classified.

c. 82.4% of cross-validated grouped cases correctly classified.

Lampiran 14. Tabel R 5%

df	r	df	r
1	0,9511	21	0,2774
2	0,8000	22	0,2711
3	0,6870	23	0,2653
4	0,6084	24	0,2598
5	0,5509	25	0,2546
6	0,5067	26	0,2497
7	0,4716	27	0,2451
8	0,4428	28	0,2407
9	0,4187	29	0,2366
10	0,3981	30	0,2327
11	0,3802	40	0,2018
12	0,3646	50	0,1806
13	0,3507	60	0,1650
14	0,3383	70	0,1528
15	0,3271	80	0,1430
16	0,3170	90	0,1348
17	0,3077	100	0,1279
18	0,2992	130	0,1123
19	0,2914	160	0,1012
20	0,2841	200	0,0905

Sumber: Cara Mudah Mengatasi Masalah Statistik
dan Rancangan Percobaan dengan SPSS 12, Pratisto

Lampiran 15. Hasil Uji Kenormalan Tahap *personal selling*

NPar Tests Approach

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		ap1	ap2	ap3	ap4
N		34	34	34	34
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	2.3529	3.0882	2.6176	2.4706
	Std. Deviation	.81212	.83003	.88813	.92884
Most Extreme Differences	Absolute	.228	.222	.227	.223
	Positive	.227	.189	.227	.223
	Negative	-.228	-.222	-.196	-.186
Kolmogorov-Smirnov Z		1.332	1.297	1.325	1.302
Asymp. Sig. (2-tailed)		.058	.069	.060	.068

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

NPar Tests Sales Presentation

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		sp1	sp2	sp3	sp4	sp5	sp6	sp7	sp8	sp9	sp10
N		34	34	34	34	34	34	34	34	34	34
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	2.8529	3.0588	2.7941	3.1176	2.8235	2.8235	2.1471	2.6471	2.2647	3.0294
	Std. Deviation	1.04830	.91920	1.00843	.76929	1.05803	.93649	1.07682	1.04105	.96323	.93696
Most Extreme Differences	Absolute	.232	.229	.199	.227	.220	.222	.210	.221	.226	.232
	Positive	.137	.153	.167	.208	.194	.163	.210	.145	.226	.158
	Negative	-.232	-.229	-.199	-.227	-.220	-.222	-.143	-.221	-.160	-.232
Kolmogorov-Smirnov Z		1.354	1.338	1.158	1.325	1.282	1.293	1.222	1.288	1.317	1.354
Asymp. Sig. (2-tailed)		.051	.056	.137	.060	.075	.071	.101	.072	.062	.051

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

NPar Tests Overcoming Objection

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		ob1	ob2	ob3	ob4	ob5	ob6
N		34	34	34	34	34	34
Normal Parameters ^b	Mean	2.5000	2.4706	2.7353	2.2059	3.0588	2.5588
	Std. Deviation	1.08012	.92884	.96323	1.06684	.91920	1.05000
Most Extreme Differences	Absolute	.208	.223	.226	.194	.229	.203
	Positive	.153	.223	.160	.194	.153	.203
	Negative	-.208	-.186	-.226	-.154	-.229	-.163
Kolmogorov-Smirnov Z		1.211	1.302	1.317	1.133	1.338	1.182
Asymp. Sig. (2-tailed)		.106	.068	.062	.153	.056	.122

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

NPar Tests Closing

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		clo1	clo2	clo3	clo4	clo5	clo6	clo7
N		34	34	34	34	34	34	34
Normal Parameters ^b	Mean	2.7941	2.8824	2.7647	2.7647	2.8529	3.0588	1.9412
	Std. Deviation	.80827	.87956	1.10258	1.01679	1.04830	.91920	.85071
Most Extreme Differences	Absolute	.219	.230	.222	.186	.232	.229	.219
	Positive	.219	.182	.197	.186	.137	.153	.219
	Negative	-.218	-.230	-.222	-.182	-.232	-.229	-.175
Kolmogorov-Smirnov Z		1.279	1.339	1.293	1.083	1.354	1.338	1.275
Asymp. Sig. (2-tailed)		.076	.055	.071	.191	.051	.056	.077

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.