

PENGARUH *PERSONAL SELLING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN RUMAH
(Studi pada PT. Citra Tama Adigraha Surabaya)

Kepada

Yth. Bapak/ Ibu/ Saudara /i Konsumen

Produk PT. Citra Tama Adigraha

Di Tempat

Dengan Hormat,

Sehubungan dengan penulisan skripsi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Malang yang berjudul " Skill Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian Rumah", saya mohon dengan hormat kepada Bapak/ Ibu/ Saudara /i untuk mengisi kuesioner yang terdiri dari beberapa pertanyaan. Karena kuesioner ini merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang digunakan penulis, untuk menentukan seberapa besar pengaruh skill *personal selling* terhadap keputusan pembelian yang ada pada PT. Citra Tama Adigraha.

Kami sangat mengharapkan Bapak/ Ibu/ Saudara berkenan untuk menjawab seluruh pertanyaan yang ada sejujur-jujurnya. Jawaban yang disampaikan akan dijaga kerahasiaannya. Atas kerja sama dan bantuan yang diberikan kami ucapkan terima kasih.

Hormat kami,

Dinal Akmal Shilahi

Nomor Responden :

Bagian I

Identitas Pribadi Responden

Isi dan beri tanda “√” pilihan jawaban-jawaban yang sesuai menurut Bapak/ Ibu/ Saudara/i

1. Nama : _____
2. Alamat : _____
3. Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan
4. Pendapatan : < Rp 1.000.000
 Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000
 Rp 2.000.000 – Rp 3.000.000
 Rp 3.000.000 – Rp 4.000.000
 > Rp 4000.000
5. Pekerjaan : Pegawai Negeri
 Pegawai Swasta
 Wiraswasta
 Ibu Rumah Tangga
 Lain-lain (.....)

Bagian I (Daftar Pertanyaan Kuesioner)

Berilah tanda “√” pada kolom yang tersedia untuk jawaban yang sesuai dengan keputusan Anda:

- Keterangan : SS : Sangat Setuju
S : Setuju
N : Netral
TS : Tidak Setuju
STS : Sangat Tidak Setuju

PENGARUH <i>PERSONAL SELLING</i> TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN RUMAH (Studi pada PT. Citra Tama Adigraha Surabaya)						
No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS

Pendekatan (X_1)

1.	Menurut saya tenaga penjual produk CTA berpenampilan rapi					
2.	Menurut saya tenaga penjual telah mengenalkan identitas diri sebelum menawarkan produk					
3.	Menurut saya tenaga penjual bersikap ramah ketika menyapa calon konsumen					

**PENGARUH *PERSONAL SELLING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
RUMAH**

(Studi pada PT. Citra Tama Adigraha Surabaya)

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS

Presentasi (X_2)

1.	Menurut saya tutur bahasa yang disampaikan penjual mudah dimengerti					
2.	Menurut saya tenaga penjual menguasai pengetahuan tentang produknya					
3.	Menurut saya tenaga penjual menjelaskan secara rinci mengenai kualitas, keunggulan produk					

Menangani Keberatan (X_3)

1.	Menurut saya tenaga penjual mau menanyakan keberatan yang dirasakan pembeli					
2.	Menurut saya tenaga penjual bersikap ramah ketika menanggapi keberatan pembeli					
3.	Menurut saya tenaga penjual bisa menjawab keberatan pembeli secara jelas					

**PENGARUH *PERSONAL SELLING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
RUMAH**
(Studi pada PT. Citra Tama Adigraha Surabaya)

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS

Menutup Penjualan (X_4)

1.	Menurut saya tenaga penjual tidak bersikap memaksa ketika menanyakan pesanan					
2.	Menurut saya tenaga penjual menanyakan pesanan setelah saya benar-benar memahami apa yang dikatakannya					

Keputusan Pembelian (Y)

1.	Saya membeli produk CTA karena tenaga penjual menawarkannya dengan meyakinkan					
2.	Saya membeli produk CTA karena kualitasnya produknya					
3.	Saya membeli produk CTA karena mempunyai keunggulan dibandingkan produk lain					
4.	Saya membeli produk CTA karena adanya garansi setelah pembelian					

Data Output SPSS 16.0 For Windows

Uji Validitas dan Realibilitas

Correlations

		X1
X1.1	Pearson Correlation	.943**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	75
X1.2	Pearson Correlation	.528**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	75
X1.3	Pearson Correlation	.417**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	75

Correlations

		X2
X2.1	Pearson Correlation	.895**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	75
X2.2	Pearson Correlation	.820**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	75
X2.3	Pearson Correlation	.226
	Sig. (2-tailed)	.041
	N	75

Correlations

		X3
X3.1	Pearson Correlation	.692**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	75
X3.2	Pearson Correlation	.766**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	75
X3.3	Pearson Correlation	.323**
	Sig. (2-tailed)	.005
	N	75

Correlations

		X4
X4.1	Pearson Correlation	.893**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	75
X4.2	Pearson Correlation	.771**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	75

Correlations

		Y1
Y1.1	Pearson Correlation	.709**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	75
Y1.2	Pearson Correlation	.750**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	75
Y1.3	Pearson Correlation	.775**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	75
Y1.4	Pearson Correlation	.715**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	75

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	58.68	29.599	.472	.903
X1.2	58.65	28.003	.563	.901
X1.3	58.37	32.270	.203	.908
X2.1	58.03	28.655	.762	.892
X2.2	58.15	29.110	.707	.894
X2.3	58.31	29.232	.751	.894
X3.1	58.08	28.600	.693	.894
X3.2	58.44	30.479	.543	.900
X3.3	58.24	31.662	.166	.915
X4.1	58.27	26.891	.868	.886
X4.2	58.35	30.987	.554	.901
Y1.1	58.24	28.711	.525	.902
Y1.2	58.35	28.397	.716	.893
Y1.3	58.40	26.868	.861	.887
Y1.4	58.44	28.676	.634	.896

Uji Multikorelasi

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-3.699	1.386		-2.668	.009		
	X1	.312	.056	.349	5.570	.000	.823	1.215
	X2	.260	.126	.228	2.061	.043	.265	3.773
	X3	.307	.138	.251	2.231	.029	.257	3.894
	X4	1.106	.133	.533	8.290	.000	.783	1.277

a. Dependent Variable: Y1

Uji Heteroskedastisitas

Correlations

			Abs_Res
Spearman's rho	X1	Correlation Coefficient	.203
		Sig. (2-tailed)	.081
		N	75
	X2	Correlation Coefficient	.479**
		Sig. (2-tailed)	.070
		N	75
	X3	Correlation Coefficient	.434**
		Sig. (2-tailed)	.063
		N	75
	X4	Correlation Coefficient	.082
		Sig. (2-tailed)	.485
		N	75

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

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		75
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.92095052
Most Extreme Differences	Absolute	.170
	Positive	.170
	Negative	-.110
Kolmogorov-Smirnov Z		1.472
Asymp. Sig. (2-tailed)		.056

Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-3.699	1.386		-2.668	.009		
X1	.312	.056	.349	5.570	.000	.823	1.215
X2	.260	.126	.228	2.061	.043	.265	3.773
X3	.307	.138	.251	2.231	.029	.257	3.894
X4	1.106	.133	.533	8.290	.000	.783	1.277

a. Dependent Variable: Y1

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.879 ^a	.773	.760	.94690

a. Predictors: (Constant), X4, X1, X2, X3

F tabel : $F_{INV}(0.05, 3, 72) = 2,72$

t tabel : $T_{INV}(0.05, 72) = 1,992$

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1					
Regression	213.957	5	53.489	59.657	.000 ^a
Residual	62.763	70	.897		
Total	276.720	75			

a. Predictors: (Constant), X4, X1, X2, X3

b. Dependent Variable: Y1



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN

Terakreditasi "A" SK BAN-PT Depdiknas Nomor : 024/BAN-PT/ Ak-X/S1/II/2013
Jalan Gajayana 50 Malang 65144 Telepon (0341) 558881, Faksimile (0341) 558881
<http://www.ekonomi.uin-malang.ac.id>; e-mail: ekonomi@uin-malang.ac.id

BUKTI KONSULTASI

Nama : Dinal Akmal Shilahi
Nim/Jurusan : 10510002/Manajemen
Pembimbing : M. Fatkhur Rozi, SE.,MM.
Judul Skripsi : Pengaruh *Personal selling* Terhadap Keputusan Pembelian Rumah PT. Citra Tama Adigraha

No.	Tanggal	Materi Konsultasi	Tanda Tangan Pembimbing
1.	10 Februari 2014	Pengajuan Judul	1.
2.	21 Februari 2014	Pengajuan Proposal	2.
3.	10 Maret 2014	Revisi Proposal	3.
4.	14 April 2014	Revisi Proposal	4.
5.	16 April 2014	Acc Proposal	5.
6.	25 April 2014	Seminar Proposal	6.
7.	7 Mei 2014	Acc Seminar Proposal	7.
8.	26 Mei 2014	Konsultasi BAB IV – V	8.
9.	9 Juni 2014	Revisi BAB IV – V	9.
10	23 Juni 2014	Revisi BAB I – V	10
11	3 Juli 2014	Acc Keseluruhan	11

Malang, 15 Juli 2014
Mengetahui
Ketua Jurusan

Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M.Ei
NIP. 1975507077200511005