BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISA DATA

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

1. Gambaran Umum PT Moga Djaja

PT Moga Djaja adalah sebuah kantor distributor produk kecantikan Viva yang terletak di Jl. Dr. Wahiddin No. 33-35 Surabaya. Bangunan kantor distributor ini bisa dikatakan seperti rumah biasa pada umumnya, hanya saja ukurannya sangat luas dan panjang. Bangunan yang menghadap timur ini berwarna coklat dan memiliki pagar berwarna hitam.

Kegiatan di kantor ini aktif dari hari Senin hingga hari Sabtu. Untuk hari Senin hingga Jum'at, jam kerja dimulai pukul 07.00-1630. Sedangkan untuk hari Sabtu, jam kerja dimulai pukul 07.00-12.00.

Peran dan tugas utama dari kantor distributor ini adalah menyalurkan produk dari pabrik (*manufacturer*) ke pengecer (*retailer*). Setelah suatu produk dihasilkan oleh pabrik, produk tersebut dikirimkan ke suatu distributor. Distributor tersebut kemudian menjual produk tersebut ke pengecer atau pelanggan.

2. Struktur Organisasi PT Moga Djaja

Sruktur organisasi merujuk kepada cara dimana kegiatan sebuah organisasi dibagi, diorganisasikan dan dikoordinasikan yang digambarkan dengan bagan organisasi PT Moga Djaja. Pada lampiran disajikan bagan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

struktur organisasi PT Moga Djaja. Dalam pelaksanaan kegiatannya, kantor distributor ini dipimpin oleh seorang Direktur. Direktur ini merupakan pimpinan tunggal yang bertanggung jawab terhadap seluruh pelaksanaan kegiatan dan menjadi pengambil keputusan. Direktur ini membawahi karyawan dari tiga bagian, yaitu bagian operasional, bagian keuangan dan administrasi dan bagian gudang. Bagian operasional membawahi, distribusi, sedangkan bagian keuangan membawahi bagian keuangan dan akuntansi, serta SDM. Tugas dan wewenang masing-masing bagian pada perusahaan ini adalah sebagai berikut :

a. Bagian Operasional

GM Operasional ini mempunyai tugas, yaitu; 1) Mengkoordinasikan seluruh distribution, 2) Mengontrol penerapan kebijakan dalam bidang operasional, 3) Bertanggung jawab dalam pencapaian target yang telah ditetapkan perusahaan dalam bidang operasional, 4) Analisa data dari kegiatan operasional *distribution* dan *marketing*, dan 5) Bertanggung jawab kepada Direktur dan menerima tanggung jawab dari distribusi, dan administrasi operasional.

General manajer operasional dalam melaksanakan tugasnya dibantu oleh manajer distribusi dan seorang *supervisor*. Manajer distribusi, memiliki tugas yaitu; 1) Membuat perencanaan dan anggaran dalam bidang distribusi, 2) Bertanggung jawab terhadap pencapaian target, dan 3) Membuat analisa : *westage*, tenaga kerja (SPG), dan lain-lain.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Bagian Keuangan dan Administrasi Umum

GM Keuangan dan Administrasi Umum mempunyai tugas yaitu; 1) Mengkoordinasikan seluruh kegiatan keuangan, akunting, personalia dan administrasi umum, 2) Mengontrol penerapan kebijakan perusahaan dalam bidang keuangan dan administrasi umum, 3) Bertanggung jawab dalam pencapaian target yang telah ditentukan perusahaan dalam bidang keuangan dan administrasi umum, 4) Analisa keuangan kegiatan perusahaan meliputi analisa arus kas, analisa biaya-biaya, analisa kesehatan perusahaan, dan 5) Bertanggung jawab kepada Direktur dan menerima tanggung jawab dari manager keuangan.

General manajer dalam melaksanakan tugasnya dibantu oleh manajer keuangan dan manajer SDM dan umum. Manajer keuangan ini mempunyai tugas yaitu; 1) Mengkoordinasikan seluruh kegiatan keuangan, 2) Pencapaian target yang telah ditentukan perusahaan dalam bidang keuangan, 3) Analisa keuangan kegiatan perusahaan meliputi analisa arus kas, analisa biaya- biaya, analisa kesehatan perusahaan

c. Bagian Gudang (*store*)

Sedangkan tanggung jawab untuk mengontrol arus keluar masuk barang dan pengendalian terhadap produk yang cacat atau rusak adalah tugas seorang Kepala Gudang yang dibantu dengan seorang supervisor dengan para karyawan atau bawahannya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. *Sales Promotion Girl* (SPG) dan Counter

Dalam kegiatan distribusi, *sales promotion girl* (SPG) merupakan hal yang sangat penting karena para SPG inilah yang akan menjual dan memasarkan produk-produk tersebut. SPG ini merupakan karyawan yang berada di bagian operasional. Jumlah SPG yang bekerja di kantor ini yaitu untuk wilayah Surabaya adalah sebanyak 52 orang dengan rentang usia 19 – 35 tahun (daftar nama SPG dapat dilihat dalam lampiran).

Setiap *sales promotion girl* (SPG) yang baru masuk akan diberi pelatihan selama 10 hari di kantor PT Moga Djaja dan 3 bulan di lapangan (counter). Pelatihan tersebut meliputi pengenalan produk-produk yang akan dipasarkan.

Kegiatan SPG aktif selama 6 hari dalam seminggu. Setiap SPG mendapatkan jatah libur sehari dalam tiap minggu, yaitu sehari di antara hari-hari berikut ini: senin, selasa, rabu, dan kamis.

Selain itu, setiap SPG telah ditugaskan di counter yang berbeda-beda yang tersebar di beberapa wilayah di Surabaya, Sidoarjo, dan Gresik (daftar nama counter tersebut dapat dilihat dalam lampiran). Tiap counter memiliki target penjualan tiap bulan yang berbeda-beda. Hal ini disesuaikan dengan kondisi dan suasana di sekitar counter tersebut.

Di sisi lain, pembagian gaji kepada sales promotion girl (SPG) masih bersifat manual. Pembagian dilaksanakan setiap tanggal 28 pada

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tiap bulan di kantor PT Moga Djaja. Pembagian dilakukan di dalam sebuah ruangan, setelah semua SPG berkumpul yaitu pada pukul 08.30. Pembagian dilakukan oleh supervisor, dan setelah pembagian selesai SPG dipersilahkan untuk pulang atau kembali ke counternya masing-masing.

B. Penyajian Data

1. Persiapan Penelitian dan Pelaksanaan Penelitian

a. Persiapan Penelitian

Sebelum mengadakan penelitian, langkah awal yang perlu dilakukan adalah persiapan penelitian agar tidak terdapat kendala dalam melaksanakan penelitian di lapangan. Persiapan penelitian meliputi penyusunan alat ukur (kuesioner), penentuan skor untuk alat ukur serta persiapan administrasi. Sebelum persiapan penelitian ada tahap-tahap lain yang harus dilakukan yaitu :

1) Merumuskan masalah yang akan dikaji dan menentukan tujuan yang akan dicapai.
2) Melakukan studi pusaka atau studi literatur dengan tujuan mencari dan menelaah teori serta hasil-hasil penelitian terdahulu yang relevan untuk menjawab permasalahan dalam penelitian ini.
3) Melakukan konsultasi dengan dosen pembimbing skripsi untuk mendiskusikan dan menyempurnakan data atas konsep yang mendasari penelitian.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4) Menentukan populasi dan sampel penelitian yang sesuai dengan tujuan serta landasan teori.

5) Mempersiapkan alat ukur yang akan digunakan dalam rangka pengumpulan data, termasuk menentukan indikator-indikator dalam menyusun alat ukur dan menentukan skala yang akan dipakai.

b. Penyusunan Instrumen Penelitian

Alat ukur yang digunakan untuk mengungkapkan perbedaan *adaptive selling* ditinjau dari *locus of control* pada SPG adalah kuesioner, langkah-langkah dalam penusunan kuesioner tersebut adalah :

1) Menentukan indikator setiap variabel yang didasarkan teori pada bab II.

2) Membuat *blue print* dari masing-masing kuesioner yang memuat prosentase dan jumlah pernyataan atau aitem yang digunakan sebagai pedoman penyusunan kuesioner.

3) Membuat dan menyusun pernyataan yang mencakup aitem *favorabel* dan aitem *unfavorable* berdasarkan *blue print* yang telah dibuat.

4) Penentuan nomor urut aitem dengan pertimbangan penyebaran yang merata pada aitem favorable dan aitem unfavorable berdasarkan yang penting dalam uji validitas dan uji reliabilitas.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

5) Menguji cobakan kuesioner yang digunakan untuk pengumpulan data dengan memakai metode uji coba terpakai, yaitu melaksanakan uji coba sekaligus pengumpulan data.
6) Kuesioner dalam penelitian terdiri dari 57 aitem. Dengan rincian, 32 aitem untuk variabel *locus of control*, dan 25 aitem untuk variabel *adaptive selling*. Setiap aitem dari kedua variabel tersebut memilki 5 kriteria jawaban yaitu Sangat Setuju, Setuju, Ragu-Ragu, Tidak Setuju, dan Sangat Tidak Setuju.
7) Setelah alat ukur atau aitem-aitem kedua variabel sudah dianggap siap maka selanjutnya menentukan subyek penelitian. Subyek penelitian atau populasi (sebagaimana yang telah dirumuskan dalam metode penelitian) ini adalah 52 *sales promotion girl* dengan rentang usia 19 - 35 tahun.

c. Persiapan Administrasi

Sebelum melakukan penelitian, ada beberapa hal yang berkaitan dengan persyaratan administrasi yang harus dipenuhi sehubungan dengan prosedur perijinan penelitian, antara lain meliputi:

1) Mengajukan surat permohonan ijin penelitian kepada ketua jurusan dan selanjutnya diajukan kepada Dekan Fakultas Dakwah prodi psikologi melalui staff akademik, surat ijin penelitian ini kemudian dikeluarkan oleh fihak Fakultas pada tanggal 5 April 2011.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2) Pada tanggal 2 Mei 2011, peneliti membawa surat ijin dari pihak Fakultas dan berkas proposal dan menyerahkannya kepada pihak PT Moga Djaja Surabaya.
3) Peneliti kemudian melakukan konsultasi lewat telepon dengan administrasi setelah melakukan konsultasi, peneliti kemudian mendapat ijin pada tanggal 11 Mei 2011. Pada tanggal 28 Mei 2011 memberikan ijin secara resmi yang ditunjukkan kepada Dekan Fakultas Dakwah dan fihak PT Moga Djaja Surabaya menyatakan bahwa pihaknya tidak berkeberatan terhadap penelitian yang akan dilakukan peneliti.
4) Peneliti kemudian berhubungan langsung dengan supervisor PT Moga Djaja Surabaya. Selanjutnya supervisor membantu jalannya penelitian dengan memberitahukan subyek yang akan diteliti.

d. Pelaksanaan Penelitian

Setelah mendapat ijin secara resmi dari pihak PT Moga Djaja Surabaya, kemudian peneliti melakukan penyebaran kuesioner. Penelitian dilakukan mulai tanggal 5 April 2011 sampai dengan 5 Juni 2011 sebanyak 52 kuesioner tersebut telah terisi semua, peneliti kemudian melakukan rekap data untuk mempersiapkan pelaksanaan analisis secara statistik sehingga dapat diketahui apakah hipotesis penelitian terjawab atau tidak. Analisis statistik dilakukan juga untuk

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mengetahui sejauh mana validitas dan reliabilitas alat ukur yang digunakan dalam penelitian.

Tabel 4.1
Jadwal Penelitian

No.	Tanggal	Keterangan
1.	9 Februari 2011	Membuat Proposal
2.	24 Maret 2011	Seminar Proposal
3.	2 Mei 2011	Observasi Lapangan
4.	28 Mei 2011	Penyebaran Kuesioner
5.	1 Juni 2011	Penyekoran dan pengolahan data
6.	11 Juni 2011	Analisis data dan interpretasi

2. Hasil Uji Validitas

Pengukuran validitas adalah dengan menentukan besarnya nilai r tabel dengan ketentuan df = N – 2. Pada penelitian ini karena N = 52 berarti 52 – 2 = 50 dengan menggunakan tingkat signifikansi 5 % maka diperoleh r tabel sebesar 0.279. Adapun kaidah yang digunakan adalah sebagai berikut : 1) Jika harga *corrected item total correlation* bertanda positif dan < r tabel, maka item tidak valid, 2) Jika harga *corrected item total correlation* bertanda negatif dan < r tabel, maka item tidak valid, 3) Jika harga *corrected item total correlation* bertanda negatif dan > r tabel, maka item tidak valid, dan 4) Jika harga *corrected item total correlation* bertanda positif dan > r tabel, maka item valid.

a. Skala *Locus of Control*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dari hasil uji validitas 32 item skala *locus of control* terdapat 31 item yang valid yaitu item nomor 1, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, dan 33 dengan taraf signifikansi 5 %.

Tabel 4.2
Blue Print
Skala *Locus of Control*, Setelah di Uji Cobakan

No.	Indikator	Locus of Control		Jumlah
		Internal	Eksternal	
1.	Kemampuan	1, 12, 17, 23, 27, 30	8, 13	8
2.	Kesukaran Tugas	11	7, 14, 22	4
3.	Usaha	3, 10, 18, 24	6, 15, 21	7
4.	Nasib	4, 9, 25, 28	5, 16, 20, 26, 29, 31, 32, 33	12
Jumlah		15	16	31

Item skala locus *of control* yang valid tersebut dapat disajikan dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 4.3
Item-item *Locus of Control* yang valid setelah di uji coba

Item	Corrected Item Total Correlation	r Tabel	Keterangan
Item 1	.534	0.279	Valid
Item 3	.573	0.279	Valid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Item 4	.503	0.279	Valid
Item 5	.841	0.279	Valid
Item 6	.681	0.279	Valid
Item 7	.862	0.279	Valid
Item 8	.721	0.279	Valid
Item 9	.439	0.279	Valid
Item 10	.574	0.279	Valid
Item 11	.796	0.279	Valid
Item 12	.557	0.279	Valid
Item 13	.785	0.279	Valid
Item 14	.873	0.279	Valid
Item 15	.661	0.279	Valid
Item 16	.669	0.279	Valid
Item 17	.513	0.279	Valid
Item 18	.519	0.279	Valid
Item 20	.633	0.279	Valid
Item 21	.507	0.279	Valid
Item 22	.841	0.279	Valid
Item 23	.427	0.279	Valid
Item 24	.752	0.279	Valid
Item 25	.706	0.279	Valid
Item 26	.319	0.279	Valid
Item 27	.768	0.279	Valid
Item 28	.614	0.279	Valid
Item 29	.680	0.279	Valid
Item 30	.799	0.279	Valid
Item 31	.893	0.279	Valid
Item 32	.726	0.279	Valid
Item 33	.611	0.279	Valid

Dari hasil uji validitas 32 item skala *locus of control* terdapat 31 item yang valid yaitu item nomor 1, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, dan 33. Sedangkan dari hasil uji validitas 32 item skala *locus of control* terdapat 1 item yang tidak valid yaitu item nomor 2. Semua item menggunakan taraf signifikansi 5 %.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Skala *Adaptive Selling*

Dari hasil uji validitas 25 item skala *adaptive selling* terdapat 24 item yang valid yaitu item nomor 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, dan 58 dengan taraf signifikansi 5 %.

Tabel 4.4
Blue Print
Skala *Adaptive Selling*, Setelah di Uji Cobakan

No.	Indikator	Favorable	Unfavorable	Jumlah
1.	Percaya diri terhadap kemampuannya untuk menggunakan variasi dari pendekatan penjualan yang berbeda	34, 42	38, 49	4
2.	Percaya diri terhadap kemampuannya untuk mengubah pendekatan penjualan selama berinteraksi dengan pelanggan	35, 43, 50, 55	39, 48	6
3.	Melakukan aktivitas aktual dengan menerapkan pendekatan penjualan yang berbeda dalam situasi penjualan yang berbeda	36, 44, 51, 56	40, 47, 54	7
4.	Memiliki sekumpulan	37, 45, 52,	46, 53	7

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

	informasi tentang situasi penjualan untuk membantu adaptasi	57, 58		
Jumlah		15	9	24

Item skala *adaptive selling* yang valid tersebut dapat disajikan dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 4.5
Item-item *Adaptive Selling* yang valid setelah di uji coba

Item	Corrected Item Total Correlation	r Tabel	Keterangan
Item 34	.722	0.279	Valid
Item 35	.621	0.279	Valid
Item 36	.649	0.279	Valid
Item 37	.527	0.279	Valid
Item 38	.550	0.279	Valid
Item 39	.849	0.279	Valid
Item 40	.672	0.279	Valid
Item 42	.671	0.279	Valid
Item 43	.624	0.279	Valid
Item 44	.801	0.279	Valid
Item 45	.314	0.279	Valid
Item 46	.558	0.279	Valid
Item 47	.512	0.279	Valid
Item 48	.525	0.279	Valid
Item 49	.442	0.279	Valid
Item 50	.776	0.279	Valid
Item 51	.632	0.279	Valid
Item 52	.648	0.279	Valid
Item 53	.447	0.279	Valid
Item 54	.446	0.279	Valid
Item 55	.719	0.279	Valid
Item 56	.751	0.279	Valid
Item 57	.348	0.279	Valid
Item 58	.445	0.279	Valid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dari hasil uji validitas 25 item skala *adaptive selling* terdapat 24 item yang valid yaitu item nomor 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, dan 58. Sedangkan dari hasil uji validitas 25 item skala *adaptive selling* terdapat 1 item yang tidak valid yaitu item nomor 41. Semua item menggunakan taraf signifikansi 5 %.

3. Hasil Uji Reliabilitas

Perhitungan reliabilitas pada penelitian ini menggunakan uji *Cronbach's Alpha* dengan bantuan program komputer SPSS. Pengukuran reliabilitas adalah dengan menentukan besarnya nilai r tabel dengan ketentuan df = N – 2. Pada penelitian ini karena N = 52 berarti 52 – 2 = 50 dengan menggunakan tingkat signifikansi 5 % maka diperoleh r tabel sebesar 0.279. Adapun kaidah yang digunakan adalah sebagai berikut : 1) Jika harga r alpha bertanda positif dan < r tabel, maka variabel tidak reliabel, 2) Jika harga r alpha bertanda negatif dan < r tabel, maka variabel tidak reliabel, 3) Jika harga r alpha bertanda negatif dan > r tabel, maka variabel tidak reliabel, dan 4) Jika harga r alpha bertanda positif dan > r tabel, maka variabel reliabel.

Kriteria lain menyebutkan, jika nilai korelasi sama dengan atau lebih besar dari 0.8, maka instrumen tersebut reliabel, sebaliknya kalau kurang dari 0.8, maka instrumen kurang reliabel. Adapun hasil reabilitas kedua variabel data penelitian ini adalah :

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Skala *Locus of Control*

Berdasarkan nilai koefisien Cronbach's Alpha sebesar 0.929 > 0.279, maka instrumen *locus of control* tersebut sangat reliabel. Artinya semua item tersebut sangat reliabel sebagai instrumen pengumpul data.

b. Skala *Adaptive Selling*

Berdasarkan nilai koefisien Cronbach's Alpha sebesar 0.919 > 0.279, maka instrumen *adaptive selling* tersebut sangat reliabel. Artinya semua item tersebut sangat reliabel sebagai instrumen pengumpul data.

4. Uji Normalitas dan Homogenitas

Sebelum analisa data dilakukan, ada beberapa syarat yang harus dilakukan terlebih dahulu yaitu uji asumsi normalitas sebaran dan uji homogenitas untuk melihat apakah data tersebar secara normal atau tidak dan populasi homogen atau tidak.

Hasil uji normalitas data dalam penelitian ini menggunakan teknik Kolmogrov Smirnov dan Shapiro-Wilk, Liliefor, dan Normal Probability Plots dan hasilnya adalah sebagai berikut :

a. Variabel *Locus of Control*

Pada uji **Kolmogrov** Smirnov dengan keterangan adalah sama dengan uji **Liliefor** (lihat tanda "a" di bawah tabel pada lampiran), maka diperoleh harga signifikansi untuk distribusi data

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

variabel *locus of control* 0.000 < 0.05, maka bisa dikatakan distribusi adalah tidak normal.

Pada uji **Shapiro-Wilk** maka diperoleh harga signifikansi untuk distribusi data *locus of* control 0.000 < 0.05, maka bisa dikatakan distribusi adalah tidak normal.

b. Variabel *Adaptive Selling*

Pada uji **Kolmogrov** Smirnov dengan keterangan adalah sama dengan uji **Liliefor** (lihat tanda "a" di bawah tabel pada lampiran), maka diperoleh harga signifikansi untuk distribusi data variabel *adaptive selling* 0.000 < 0.05, maka bisa dikatakan distribusi adalah tidak normal.

Pada uji **Shapiro-Wilk** maka diperoleh harga signifikansi untuk distribusi data *adaptive selling* 0.001 < 0.05, maka bisa dikatakan distribusi adalah tidak normal.

Hasil uji normalitas kedua variabel tersebut dapat disajikan pada tabel sebagai berikut :

Tabel 4.6
Hasil Uji Normalitas

Skala	**Kolmogrov Smirnov**		**Ket.**	**Shapiro-Wilk**		**Ket.**
	df	**Sig.**		**df**	**Sig.**	
Locus of Control	52	0.000	Tidak normal	52	0.000	Tidak normal
Adaptive Selling	52	0.000	Tidak normal	52	0.001	Tidak normal

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Setelah uji normalitas distribusi data *locus of control* dan *adaptive selling* dengan menggunakan teknik uji Kolmogrov Smirnov dan Shapiro-Wilk, Liliefor, dan Normal Probability Plots maka didapatkan hasil distribusi data *locus of control* pada uji Kolmogrov Smirnov, Liliefor berdistribusi tidak normal dan demikian juga pada uji Shapiro-Wilk yaitu berdistribusi tidak normal. Sedangkan distribusi data *adaptive selling* pada uji *Kolmogrov Smirnov, Liliefor* berdistribusi tidak normal dan demikian juga pada uji Shapiro-Wilk yaitu berdistribusi tidak normal.

Setelah uji normalitas, maka tahap selanjutnya adalah melakukan uji homogenitas. Uji homogenitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi sampel penelitian adalah homogen atau sebaliknya. Pengukuran homogenitas dilakukan dengan ANOVA melalui *Lavene Statistic*. Berikut ini adalah hasil uji *Levene Statistic* untuk mengetahui homogenitas dalam kelompok sampel penelitian. Kaidah yang digunakan adalah jika nilai signifikansi (p-value) > 0.05 maka kelompok sampel dapat dikatakan homogen. Sebaliknya, jika (p-value) < 0.05 maka sampel tidak homogen. Hasil perhitungannya dapat dilihat dalam tabel di bawah ini :

Tabel 4.7
Test of Homogeneity of Variances
adaptive selling

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
10.922	1	50	.002

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Berdasarkan tabel **Homogenity of Variances** diperoleh signifikansi 0.002, karena 0.002 < 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa variansi kedua kelompok tersebut berbeda atau tidak homogen.

5. Analisa Data

a. Penggolongan Subjek

Penggolongan subjek ditinjau dari *locus of control* dilakukan berdasarkan penghitungan skor jawaban kuesioner mengenai skala *locus of control* yang disebarkan kepada 52 *sales promotion girl* (SPG). Hasil skor dari kedua kategori *locus of control* dibandingkan kemudian dilihat skor mana yang paling besar, apakah cenderung pada LoC internal atau LoC eksternal dari tiap subjek. Di bawah ini merupakan tabel hasil penggolongan subjek dinjau dari *locus of control* :

Tabel 4.8

Hasil Penggolongan Subjek

Subjek	Skor LoC Internal	Skor Loc Eksternal	LoC Internal	LoC Eksternal
1	44	40	√	
2	62	62	√	
3	64	61	√	
4	63	62	√	
5	40	36	√	
6	63	64		√
7	60	65		√
8	52	39	√	
9	62	61	√	
10	66	65	√	
11	67	66	√	

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

12	64	69		√
13	65	59	√	
14	59	59	√	
15	40	38	√	
16	39	35	√	
17	59	58	√	
18	56	62		√
19	63	62	√	
20	59	59	√	
21	60	58	√	
22	59	64		√
23	47	36	√	
24	38	39		√
25	62	63		√
26	61	62		√
27	58	59		√
28	41	42		√
29	47	40	√	
30	56	61		√
31	58	65		√
32	56	64		√
33	59	63		√
34	61	62		√
35	43	38	√	
36	44	45		√
37	34	40		√
38	52	42	√	
39	49	42	√	
40	60	63		√
41	42	46		√
42	54	40	√	
43	61	60	√	
44	51	39	√	

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

45	61	63		√
46	66	62	√	
47	50	38	√	
48	47	38	√	
49	62	61	√	
50	62	65		√
51	63	65		√
52	62	64		√
Jumlah	**2873**	**2811**	**29**	**23**

Dari tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa dari 52 subjek yang diteliti terdapat 29 subjek yang tergolong dalm kategori *locus of control internal* dan 23 subjek yang tergolong dalam kategori *locus of control eksternal.*

b. Uji Hipotesis

Setelah penggolongan dilakukan, selanjutnya dilakukan pengujian hipotesis penelitian dengan menggunakan uji *Mann-Whitney U* (*Mann-Whitney U-Test*) untuk dua sampel independen dengan bantuan komputer Seri Program Statistik atau *Statistical Package For The Social Sciences* (SPSS).

Karena datanya (n_1+n_2) lebih dari 20 maka digunakan cara dengan membandingkan nilai Z hitung dengan Z tabel. Pengujian dilakukan dengan mengikuti kaidah berikut ini; Jika Z hitung > Z tabel, maka Ho ditolak. Sebaliknya, jika Z jitung > Z tabel, maka Ha diterima.

Berdasarkan hasil analisa data tersebut diperoleh Z hitung sebesar -3.387, Z tabel dapat dihitung pada tabel Z, dengan α = 5 % dan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

uji dua sisi (5 % dibagi 2 menjadi 2.5 %), maka luas kurva normal adalah 50 % - 2.5% = 47.5% atau 0.475. karena uji dua sisi, maka pada tabel Z untuk luas 0.475 didapat nilai Z tabel = 1.96. karena harga Z hitung lebih besar dari Z tabel (-3.387 > 1.96), maka Ho ditolak dan Ha diterima artinya terdapat perbedaan *adaptive selling* dinjau dari *locus of control* pada *sales promotion girl* (SPG).

Selain itu, pengujian hipotesis juga bisa dilakukan dengan membandingkan nilai signifikansi. Berdasarkan hasil analisa data tersebut diperoleh nilai signifikansi 0.001, karena signifikansi lebih kecil daripada 0.05 (0.001 < 0.05), maka hipotesis diterima. Artinya terdapat perbedaan *adaptive selling* dinjau dari *locus of control* pada *sales promotion girl* (SPG).

Dari analisa data tersebut juga ditemukan bahwa kecenderungan *adaptive selling* dari kelompok subjek LoC internal lebih tinggi daripada kelompok subjek LoC Eksternal. Hal ini dapat dilihat dari pembandingan hasil mean yang diperoleh dari kedua kelompok subjek. Untuk mengetahui mean subjek dari tiap kategori *locus of control* yaitu *LoC* internal dan *LoC eksternal*, dapat dihitung dengan menggunakan rumus berikut ini :

1) LoC Internal $= M_{LoCi} = \frac{\sum x_{LoCi}}{N} = \frac{2873}{52} = 55.25$

2) LoC Eksternal $= M_{LoCe} = \frac{\sum x_{LoCe}}{N} = \frac{2811}{52} = 54.06$

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Selain rumus di atas, pembandingan mean dari kedua kelompok subjek dapat dilakukan dengan melihat tabel hasil uji *Mann-Whitney U* (*Mann-Whitney U-Test*). Berikut ini tabel mean dari kedua kelompok subjek tersebut :

Tabel 4.9
Tabel Mean Kedua Variabel

	locus of control	N	Mean Rank	Sum of Ranks
adaptive selling	loc internal	29	32.83	952.00
	loc eksternsl	23	18.52	426.00
	Total	52		

Dari tabel tersebut dapat dijelaskan bahwa mean kelompok subjek *locus of control* internal mempunyai mean yang lebih tinggi daripada kelompok subjek *locus of control* eksternal yaitu sebesar 32.83. artinya bahwa kecenderungan *adaptive selling* dari kelompok subjek LoC internal lebih tinggi daripada kelompok subjek LoC Eksternal.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa terdapat perbedaan *adaptive selling* dinjau dari *locus of control* pada *sales promotion girl* (SPG) dan kecenderungan *adaptive selling* dari kelompok subjek LoC internal lebih tinggi daripada kelompok subjek LoC Eksternal.

Hal ini menguatkan kembali pada hasil penelitian yang terdahulu yang menyatakan bahwa perbedaan *locus of control* pada seseorang ternyata dapat menimbulkan perbedaan sikap, sifat serta ciri-ciri yang lain. Hasil dari

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

penelitian lain juga telah membuktikan bahwa orientasi *locus of control internal* ternyata lebih banyak menimbulkan akibat-akibat positif. Pernyataan ini juga sejalan dengan pendapat Pervin dalam Eka & Rahmat (2005) yang menyatakan bahwa orang-orang internal lebih aktif mencari informasi dan menggunakan untuk mengontrol lingkungan. Demikian pula orang-orang internal lebih suka menentang pengaruh-pengaruh dari luar, sedangkan orang eksternal lebih bersikap *conform* terhadap pengaruh-pengaruh tersebut.

Seperti penelitian yang dihasilkan oleh Eka Danta dan Ihsan Rahmat, 2005 tentang "*Burnout ditinjau dari locus of control internal dan eksternal*", yang mana dalam penelitian ini menunjukkan terdapat perbedaan kecenderungan ditinjau dari *locus of control internal* dan *locus of control eksternal*. Di mana menurut hasil penelitian subjek dengan *locus of control eksternal* lebih rentan terhadap *burnout* daripada subjek yang memiliki *locus of control internal*. Hal ini tampak dari skor olahan data penelitian tersebut, yang mana t untuk *locus of control internal* sebesar 11.062 dengan $p < 0.01$ dan t untuk *locus of control eksternal* sebesar 27.618 dengan $p < 0.01$. hasil tersebut berarti sangat signifikan. Jadi dapat dikatakan bahwa ada perbedaan yang sangat signifikan antara burnout ditinjau dari *locus of control internal* dan *locus of control eksternal*.

Menurut Crider (1983) dalam Mahrita (2010) Seseorang dengan *internal locus of control* memiliki beberapa karakteristik berikut ini: 1) Suka bekerja keras, 2) Memiliki inisiatif yang tinggi, 3) Selalu berusaha untuk menemukan pemecahan masalah, 4) Selalu mencoba untuk berpikir seefektif

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mungkin, 5) Selalu mempunyai persepsi bahwa usaha harus dilakukan jika ingin mencapai tujuan.

Sedangkan karakteristik yang dimiliki *eksternal locus of control*, yaitu; 1) Kurang memiliki inisiatif, 2) Mempunyai harapan bahwa ada sedikit korelasi antara usaha dan kesuksesan, 3) Kurang suka berusaha, karena mereka percaya bahwa faktor luarlah yang mengontrol, 4) Kurang mencari informasi untuk memecahkan masalah.

Jadi, *locus of control* seseorang memiliki pengaruh kuat dalam menentukan perilaku yang akan dimunculkannya. Individu dengan *locus of control* internal akan memiliki cara pandang dan keyakinan bahwa apa yang dia miliki dan alami saat itu merupakan hasil dari perbuatan dan kendali dirinya sendiri. Sedangkan individu dengan *locus of control* eksternal akan berpikir sebaliknya. Individu ini merasa dan berpikir bahwa apa yang dia miliki dan peristiwa yang terjadi dalam hidupnya disebabkan oleh faktor dari luar dirinya.

Di sisi lain, kemampuan *adaptive selling* bukan bersifat bawaaan melainkan merupakan hasil belajar, sehingga setiap orang mampu mempunyai kemampuan ini. Namun untuk memiliki dan mengasah kemampuan *adaptive selling*, dibutuhkan banyak latihan dan praktik yang harus dilakukan. Selain itu, dibutuhkan kemantapan dan kepercayaan dari dalam diri sendiri untuk mempelajari dan mengembangkan kemampuan *adaptive selling*. Oleh karena itu, individu dengan *locus of control* internal cenderung memiliki kemampuan *adaptive selling* lebih tinggi daripada

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

individu dengan *locus of control* eksternal, karena individu dengan *locus of control* internal lebih percaya diri, pantang menyerah, dan mau berusaha keras dalam mencapai sesuatu. Hal ini disebabkan pemicu dan dorongan tersebut berasal dari dalam dirinya sendiri.

Berbeda dengan individu dengan *locus of control* eksternal yang kurang percaya diri dan mudah menyerah sehingga kemampuan *adaptive selling* individu ini cenderung lebih rendah daripada individu dengan *locus of control* internal. Hal ini disebabkan pemicu, motif, maupun dorongan yang muncul tersebut berasal dari faktor luar dirinya.

Namun, *locus of control* ini bersifat dinamis, dengan kata lain *locus of control* seseorang mampu berubah. Individu yang awalnya memiliki *locus of control* eksternal mampu berubah menjadi individu dengan *locus of control* internal, demikian sebaliknya. Menurut penelitian yang telah dilakukan (dalam Tirtawati dan Zulkaida, 2009), menyatakan bahwa perkembangan *locus of control* dari *eksternal* dan *internal* berjalan sesuai dengan bertambahnya usia. Pengalaman keberhasilan dan kegagalan seseorang dapat mempengaruhi penilaian akan kemampuan diri sendiri. Jika individu banyak memperoleh hambatan dalam lingkungannya serta kurang mendapat kesempatan maka ia akan beranggapan bahwa semua hasil yang telah dicapainya berasal dari sesuatu yang ada di luar dirinya.

Selain itu, terdapat faktor lain yang mampu mempengaruhi *adaptive selling* yaitu, faktor lamanya bekerja dan pengalaman. Individu yang telah lama terjun dalam dunia marketing lebih mampu dan mudah menerapkan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kemampuan *adaptive selling*, karena individu tersebut memiliki pengalaman yang cukup banyak sekaligus telah berhadapan dengan banyak pelanggan dengan berbagai macam karakter yang berbeda.

Kelemahan dalam penelitian ini adalah kebanyakan subjek mengeluh merasa bosan karena terlalu banyak aitem dalam kuesioner. Selain itu, beberapa subjek kelihatan terburu-buru dalam pengerjaan kuesioner karena mereka harus berangkat kerja. Alasan mengapa mereka terburu-buru dikarenakan counter atau tempat kerja mereka yang akan dituju lokasinya lumayan jauh dari kantor tempat mereka mengambil gaji dan mengerjakan kuesioner saat itu. Hal inilah yang mungkin menyebabkan munculnya beberapa aitem yang tidak valid dalam kuesioner.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Kesimpulan yang didapat dari hasil analisis adalah terdapat perbedaan *adaptive selling* dinjau dari *locus of control* pada *sales promotion girl* (SPG) dan kecenderungan *adaptive selling* dari kelompok subjek *locus of control* internal lebih tinggi daripada kelompok subjek *locus of control* eksternal.

Dengan kata lain, individu dengan *locus of control* internal cenderung memiliki kemampuan *adaptive selling* lebih tinggi daripada individu dengan *locus of control* eksternal. Sebaliknya, kemampuan *adaptive selling* individu dengan *locus of control* eksternal cenderung lebih rendah daripada individu dengan *locus of control* internal.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dalam pembahasan sebelumnya, maka dikemukakan beberapa saran yang diharapkan bermanfaat bagi semua pihak, yakni :

1. Bagi Subjek Penelitian

   Dalam mengahadapi dan melayani setiap pelanggan memang tidak selalu mudah. Karena setiap pelanggan mempunyai karakter yang berbeda-beda. Hal inilah yang menjadi tantangan bagi seorang tenaga

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

penjual dalam melakukan tugasnya. Oleh karena itu, kemampuan, strategi dan teknik penjualan yang tepat dibutuhkan dalam dunia usaha seperti ini. Kemampuan tersebut tidak bisa diperoleh secara tiba-tiba melainkan butuh banyak proses latihan dan praktek yang harus dilakukan. Untuk mencapai keberhasilan tersebut dibutuhkan pula kemantapan hati, kepercayaan diri dan usaha yang keras.

2. Bagi Peneliti Lain

Bagi peneliti selanjutnya yang akan mengembangkan lebih lanjut penelitian ini diharapkan dapat mempertimbangkan variabel-variabel lain yang diasumsikan atau diperkirakan dapat mempengaruhi *adaptive selling*, seperti lamanya bekerja dan pengalaman.

3. Bagi kantor distributor PT.Moga Djaja dan kantor distributor lainnya

Agar mampu memberikan arahan maupun pelatihan kepada para karyawan atau SPG mengenai strategi dan teknik penjualan yang efektif dan efisien sehingga mampu mencapai kemajuan dan kesuksesan perusahaan. Selain itu dalam proses perekrutan SPG, bisa dilakukan tes psikologi guna mengetahui karakter pelamar sehingga mampu menemukan individu atau karyawan baru yang tepat.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id