

## Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas *Prospecting*

### Correlations

		Pro
Pro1	Pearson Correlation	.793**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	60
Pro2	Pearson Correlation	.831**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	60
Pro3	Pearson Correlation	.759**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	60
Pro	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	60

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.705	3

## Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas *Pre Approach*

### Correlations

		Pre
Pre1	Pearson Correlation	.801**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	60
Pre2	Pearson Correlation	.873**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	60
Pre3	Pearson Correlation	.734**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	60
Pre	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	60

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

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.731	3

## Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas *Approach*

### Correlations

		App
App1	Pearson Correlation	.857**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	60
App2	Pearson Correlation	.824**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	60
App3	Pearson Correlation	.740**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	60
App	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	60

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.729	3

## Hasil uji Validitas dan Reliabilitas Presentation and Demonstration

### Correlations

		Prs
Prs1	Pearson Correlation	.718**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	60
Prs2	Pearson Correlation	.857**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	60
Prs3	Pearson Correlation	.812**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	60
Prs	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	60

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

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.708	3

## Hasil uji Validitas dan Reliabilitas *Handling Objection*

### Correlations

		Han
Han1	Pearson Correlation	.886**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	60
Han2	Pearson Correlation	.867**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	60
Han3	Pearson Correlation	.806**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	60
Han	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	60

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.810	3

## Hasil uji Validitas dan Reliabilitas *Closing*

### Correlations

		Clo
Clo1	Pearson Correlation	.853**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	60
Clo2	Pearson Correlation	.831**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	60
Clo3	Pearson Correlation	.746**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	60
Clo	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	60

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.733	3

## Hasil uji Validitas dan Reliabilitas *Follow Up and Maintenance*

### Correlations

		Fol
Fol1	Pearson Correlation	.831**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	60
Fol2	Pearson Correlation	.845**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	60
Fol3	Pearson Correlation	.755**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	60
Fol	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	60

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.724	3

**Hasil uji Validitas dan Reliabilitas Pembelian Murabahah Warung**

**Mikro**

**Correlations**

		Pmw
Pmw1	Pearson Correlation	.701**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	60
Pmw2	Pearson Correlation	.805**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	60
Pmw3	Pearson Correlation	.785**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	60
Pmw4	Pearson Correlation	.782**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	60
Pmw5	Pearson Correlation	.720**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	60
Pmw	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	60

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

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
------------------	------------



.815	5
------	---

## Descriptive

**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Prospecting	60	8	12	10.13	1.096
Pre Approach	60	7	12	10.10	1.231
Approach	60	8	12	10.40	1.061
Presentation and Demonstration	60	8	12	10.03	1.041
Handling Objection	60	8	12	10.20	1.117
Closing	60	8	12	10.03	1.008
Follow Up and Maintenance	60	8	12	9.85	.899
Pembelian Produk	60	13	20	16.93	1.550
Valid N (listwise)	60				

## Hasil Regresi Berganda

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.967 <sup>a</sup>	.936	.927	.419

a. Predictors: (Constant), Follow Up and Maintenance, Pre Approach ,  
Prospecting, Presentation and Demonstration, Handling Objection,  
Closing, Approach

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	132.597	7	18.942	107.808	.000 <sup>b</sup>
	Residual	9.137	52	.176		
	Total	141.733	59			

a. Dependent Variable: Pembelian Produk

b. Predictors: (Constant), Follow Up and Maintenance, Pre Approach , Prospecting, Presentation  
and Demonstration, Handling Objection, Closing, Approach



**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.631	.622		1.015	.315
Prospecting	.169	.082	.119	2.052	.045
Pre Approach	.157	.077	.124	2.032	.047
Approach	.296	.141	.202	2.093	.041
1 Presentation and Demonstration	.218	.106	.146	2.063	.044
Handling Objection	.207	.087	.149	2.376	.021
Closing	.287	.117	.187	2.460	.017
Follow Up and Maintenance	.280	.126	.162	2.221	.031

a. Dependent Variable: Pembelian Produk

**KUESIONER PENELITIAN**  
**PENGARUH *PERSONAL SELLING* TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH DALAM**  
**PEMBELIAN PRODUK PEMBIAYAAN MURABAHAH PADA WARUNG MIKRO**  
**( Studi kasus pada Bank Mandiri Syariah KCP Wirobrajan Yogyakarta)**

Kepada Yth.

Bapak/Ibu atau Saudara/i Nasabah Pembiayaan Murabahah Warung Mikro Bank Mandiri  
Syariah KCP Wirobrajan

Di Tempat

Dengan hormat,

Bersama ini saya :

Nama : Ratih Kuntari Dewi

Pekerjaan : Mahasiswi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY),  
Fakultas Agama Islam, Prodi Ekonomi dan Perbankan Islam

NIM : 20130730042

Sedang mengadakan penelitian dengan judul Skripsi “Pengaruh *Personal Selling* Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Pembelian Produk Pembiayaan Murabahah Pada Warung Mikro ( Studi kasus pada Bank Mandiri Syariah KCP Wirobrajan Yogyakarta)”. Untuk keperluan tersebut, saya mohon bantuan Bapak/Ibu atau Saudara/i dengan hormat untuk memberikan penilaian melalui kuesioner ini dengan sebenar-benarnya berdasarkan atas apa yang Bapak/Ibu atau Saudara/i rasakan dan sesuai dengan petunjuk pengisiannya.

Semoga partisipasi yang Bapak/Ibu atau Saudara/i berikan dapat bermanfaat untuk kepentingan ilmu pengetahuan serta dapat membantu upaya meningkatkan penjualan deposito. Atas kerjasama dan partisipasi yang diberikan, saya ucapkan terimakasih.

Hormat saya,

( Ratih Kuntari Dewi )

NIM. 20130730042

**Nama :**

**DATA RESPONDEN**

- 1) Jenis Kelamin :
  - a. Laki-laki
  - b. Perempuan
- 2) Berapa usia Anda saat ini :
  - a. 18-25 tahun
  - b. 26-35 tahun
  - c. 36-45 tahun
  - d. Diatas 46 tahun
- 3) Pendidikan terakhir :
  - a. SMP
  - b. SMU
  - c. DIPLOMA
  - d. S1
  - e. S2
  - f. S3
- 4) Pekerjaan :
  - a. Pelajar atau mahasiswa
  - b. Pegawai swasta
  - c. Wiraswasta
  - d. PNS
  - e. Lain-lain sebutkan  
.....
- 5) Berapa pendapatan Anda satu bulan :
  - a. Dibawah Rp 1.000.000
  - b. Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000
  - c. Rp 2.100.000 – Rp 3.000.000
  - d. Diatas Rp 3.100.000

## PETUNJUK PENGISIAN ANGKET

1. Bacalah sejumlah pernyataan dibawah ini dengan teliti.
2. Anda dimohon untuk memberikan penilaian mengenai pengaruh *personal selling* terhadap penjualan produk pembiayaan murabahah warung mikro.
3. Anda dimohon untuk memberikan jawaban sesuai dengan keadaan Anda secara objektif dengan memberi tanda (√) pada setiap pernyataan yang menurut Anda paling tepat.
4. Skor yang diberikan tidak mengandung nilai jawaban benar-salah melainkan menunjukkan kesesuaian penilaian Anda terhadap isi setiap pernyataan.
5. Pilihan jawaban yang tersedia adalah :  
**STS** : apabila Anda merasa **Sangat Tidak Setuju**  
**TS** : apabila Anda merasa **Tidak Setuju**  
**S** : apabila Anda merasa **Setuju**  
**SS** : apabila Anda merasa **Sangat Setuju**
6. Dimohon dalam memberikan penilaian tidak ada pernyataan yang terlewatkan.
7. Hasil penelitian ini hanya untuk kepentingan akademis saja. Identitas dari Anda akan dirahasiakan dan hanya diketahui oleh peneliti.

### *Prospecting*

No	Indikator	Jawaban			
		SS	S	TS	STS
		4	3	2	1
1.	Penjual (marketing) memiliki kemampuan dalam memilih setiap calon nasabah				
2.	Penjual (marketing) memiliki kemampuan untuk memahami kebutuhan setiap calon nasabah				
3.	Penjual (marketing) memiliki kemampuan untuk menemukan jenis produk yang sesuai untuk kebutuhan calon nasabah				

### *Pre Approach*

No	Indikator	Jawaban			
		SS	S	TS	STS
		4	3	2	1
1.	Penjual (marketing) memiliki kemampuan mengatur waktu pertemuan untuk bertemu calon nasabah				
2.	Penjual (marketing) memiliki kemampuan mengatur				

	tempat dan suasana pertemuan				
3.	Penjual (marketing) memiliki kemampuan untuk mendiskusikan kebutuhan produk yang diinginkan oleh calon nasabah				

### *Approach*

No	Indikator	Jawaban			
		SS	S	TS	STS
		4	3	2	1
1.	Penjual (marketing) berpenampilan rapi dan memakai identitas kantor ketika bertemu dengan calon nasabah				
2.	Penjual (marketing) berkunjung tepat pada waktunya untuk menawarkan produk				
3.	Penjual (marketing) selalu bersikap ramah ketika menyapa dan bertemu calon nasabah				

### *Presentation and Demonstration*

No	Indikator	Jawaban			
		SS	S	TS	STS
		4	3	2	1
1.	Penjual (marketing) menguasai pengetahuan tentang produk yang ditawarkannya				
2.	Penjual (marketing) menjelaskan secara rinci mengenai keunggulan setiap produknya				
3.	Penjual (marketing) dalam menyampaikan informasi produk dengan bahasa yang mudah dimengerti				

### *Handling Objection*

No	Indikator	Jawaban			
		SS	S	TS	STS
		4	3	2	1
1.	Penjual (marketing) selalu bersikap ramah dalam menanggapi keberatan/penolakan dari calon nasabah				
2.	Penjual (marketing) memiliki kemampuan dalam menangani keberatan dari calon nasabah				



3.	Penjual (marketing) dapat memberikan kejelasan secara rinci dalam menjawab dan menangani semua keberatan calon nasabah				
----	--	--	--	--	--

**Closing**

No	Indikator	Jawaban			
		SS	S	TS	STS
		4	3	2	1
1.	Penjual (marketing) tidak bersikap memaksa ketika menanyakan keputusan pembelian dari calon nasabah				
2.	Penjual (marketing) memiliki kemampuan untuk membuat kesepakatan berdasarkan keputusan bersama				
3.	Penjual (marketing) menutup penyampaian informasi yang ditawarkan dengan ramah				

**Follow Up and Maintenance**

No	Indikator	Jawaban			
		SS	S	TS	STS
		4	3	2	1
1.	Penjual (marketing) memiliki kemampuan dalam menimbulkan minat beli				
2.	Penjual (marketing) memiliki kemampuan untuk menindaklanjuti pembelian calon nasabah				
3.	Penjual (marketing) menanyakan kembali mengenai pesanan yang telah disepakati setelah konsumen benar-benar memahami apa yang dikatakannya				

**Pembelian Murabahah Warung Mikro**

No	Indikator	Jawaban			
		SS	S	TS	STS
		4	3	2	1
1.	Jangka waktu pembiayaan yang ditawarkan sesuai dengan jumlah dana pembiayaan yang ditawarkan				

2.	Margin yang diberikan sesuai dengan akad				
3.	Persyaratan pengajuan pembiayaan yang cukup mudah				
4.	Proses pengajuan pembiayaan yang relative cepat dan tidak berbelit-belit				
5.	Tingginya tingkat pembiayaan juga mempengaruhi baik tidaknya pertumbuhan suatu perusahaan				

**-Terimakasih-**