

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan menjelaskan mengenai proses dan pembahasan dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti. Hasil penelitian ini berupa perhitungan statistik yang datanya diperoleh dari responden. Data yang dihimpun akan dilanjutkan pada pengolahan data dan kemudian didapatkan suatu hasil penelitian. Sebagai alat bantu analisis digunakan software MS Excel 2010 dan software SPSS versi 17.0, untuk mengetahui pengaruh perilaku tenaga penjualan melalui Perilaku Etis/Etika, Kemampuan Mendengarkan, Keterampilan Relasional dan Kecerdasan Emosional sebagai variabel independen dengan variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian konsumen.

4.1 Karakteristik Responden

Berdasarkan data pada tabel 4.9, diketahui bahwa jumlah responden wanita lebih besar yakni 50,5% dibanding responden pria yakni 49,5%. Dalam penelitian ini jumlah wanita lebih banyak, dimungkinkan karena tingkat pembelian wanita pada produk fashion lebih tinggi dibandingkan pria, yang dalam penelitian ini merupakan produk dengan presentasi paling tinggi yaitu 28 %, kemudian diikuti oleh produk rumah tangga, dll.

Ditinjau dari segi usia, mayoritas responden berumur 21 tahun hingga 30 tahun yakni sebanyak 61,5%. Sementara responden lainnya berumur

dibawah 20 tahun sebanyak 14%, yang berumur 31 tahun hingga 40 tahun sebanyak 20%, dan yang berumur diatas 40 tahun sebanyak 4,5%.

Dari segi pendidikan, responden dengan pendidikan S1 merupakan responden terbanyak yaitu sebanyak 45 %. Kemudian diikuti responden dengan pendidikan SMA sebanyak 19 %, Diploma sebanyak 13 %, SMP sebanyak 11,5 %, S2/S3 sebanyak 10 % dan SD sebanyak 1,5 %.

Berdasarkan jenis pekerjaan responden, diketahui bahwa banyak responden dengan pekerjaan sebagai pegawai swasta berjumlah paling banyak yaitu sebesar 33 %. Selanjutnya diikuti oleh pelajar/mahasiswa/i sebanyak 31,5 %, PNS/TNI/Polri sebanyak 18,5 % dan sebanyak 17 % responden yang tidak bekerja seperti ibu rumah tangga.

Tabel 4.1 Karakteristik Responden

1	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
	Pria	99	49,5 %
	Wanita	101	50,5 %
2	Usia	Jumlah	Presentase
	dibawah 20 tahun	28	14 %
	20-30 tahun	123	61,5 %
	31-40 tahun	40	20 %
	41-50 tahun	9	4,5 %
	51-60 tahun	0	0 %
	Diatas 61 tahun	0	0 %
3	Pendidikan	Jumlah	Presentase
	SD	3	1,5 %
	SMP	23	11,5 %
	SMA/SMK	38	19 %
	Diploma	26	13 %
	S1	90	45 %
	S2/S3	20	10 %

Tabel 4.9: Lanjutan

4	Pekerjaan	Jumlah	Presentase
	Pelajar/Mahasiswa/i	63	31,5 %
	Pegawai Swasta	66	33 %
	PNS/TNI/Polri	37	18,5 %
	Tidak Bekerja (Ibu Rumah Tangga)	34	17 %

Sumber : data primer yang diolah

4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Data

Tabel 4.2 Uji Validitas Data Penelitian

	<i>r</i> (Corrected Item Total Correlation)	r tabel	Status
Perilaku Etis/Etika			
1	0.544	0,116	Valid
2	0.612	0,116	Valid
3	0.520	0,116	Valid
Kemampuan Mendengarkan			
1	0.794	0,116	Valid
2	0.801	0,116	Valid
3	0.710	0,116	Valid
Keterampilan Relasional			
1	0.689	0,116	Valid
2	0.705	0,116	Valid
3	0.416	0,116	Valid
Kecerdasan Emosional			
1	0.776	0,116	Valid
2	0.775	0,116	Valid
3	0.633	0,116	Valid

Sumber : data primer yang diolah

Uji validitas yang dapat diterima adalah jika nilai r hitung lebih besar dengan nilai r tabel. Dalam uji instrumen yang dilakukan pada 200 sampel, diperoleh nilai r tabel sebesar 0,116. Dengan melihat tabel 4.2 diatas,

disimpulkan bahwa semua pertanyaan dapat dikatakan valid karena semua nilai r hitung yang dihasilkan memiliki nilai lebih dari besar dari r tabel, sehingga tidak ada yang perlu dihilangkan.

Sedangkan Uji reliabilitas yang dapat diterima adalah ≥ 0.60 (Nunnally dalam Ghozali, 2005). Sehingga dengan melihat hasil analisis pada tabel 4.3 menunjukkan bahwa semua variabel memperoleh nilai cronbach's alpha adalah sebesar ≥ 0.60 , maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel dapat dianggap Reliabel.

Tabel 4.3 Uji Reliabilitas Data Penelitian

Variabel	Cronbach's Alpha	Status
Perilaku Etis/Etika	0.845	Reliabel
Kemampuan Mendengarkan	0.880	Reliabel
Keterampilan Relasional	0.761	Reliabel
Kecerdasan Emosional	0.854	Reliabel

Sumber : data primer yang diolah

4.3 Deskripsi Penilaian Responden

Deskripsi penilaian responden digunakan untuk mengetahui kecenderungan tinggi rendahnya setiap variabel penelitian. Dalam mengidentifikasi tiap-tiap variabel dibutuhkan nilai rerata dari semua objek. Menurut sugiyono (2003) dari nilai rerata tersebut, identifikasi dikelompokkan ke dalam 5 kelas interval. Pertanyaan dalam skala penelitian terdiri dari 5 pilihan jawaban item, sehingga akan di peroleh skor minimum ideal sebesar 1, skor maksimum ideal sebesar 5, sehingga intervalnya dapat di hitung dengan rumus berikut:

$$\begin{aligned}
 \text{Interval} &= \frac{\text{Nilai Maksimum Ideal} - \text{Nilai Minimum Ideal}}{\text{Kelas Interval}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} \\
 &= 0,8
 \end{aligned}$$

Kriteria yang digunakan untuk mengetahui kondisi variabel-variabel penelitian secara menyeluruh dapat dilihat melalui skor rerata sebagai berikut :

Tabel 4.4 Tabel Kategori Variabel Penelitian

Interval	Keterangan
1,00 - 1,80	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sangat tidak berperilaku etis <ul style="list-style-type: none"> - Sangat tidak berperilaku etis/tidak adil, jujur dan transparan/tidak dapat bertanggung jawab dan dipercaya ▪ Sangat tidak memiliki kemampuan mendengarkan <ul style="list-style-type: none"> - Sangat tidak memiliki kemampuan mendengarkan/tidak mendengarkan dan merespon/tidak mendengarkan dan menyesuaikan ▪ Sangat tidak berketerampilan relasional <ul style="list-style-type: none"> - Sangat tidak berupaya berhubungan baik/tidak berusaha memperkuat hubungan baik/tidak merespon untuk membangun hubungan baik. ▪ Sangat tidak memiliki kecerdasan emosional <ul style="list-style-type: none"> - Sangat tidak memahami konsumen/tidak memahami dan merespon/tidak dapat memberikan saran.
1,81 - 2,60	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Rendah dalam berperilaku etis <ul style="list-style-type: none"> - Rendah dalam berperilaku etis/dalam berperilaku etis/dalam bersikap adil, jujur dan transparan/dalam bertanggung jawab dan kurang dipercaya ▪ Rendah dalam mendengarkan konsumen <ul style="list-style-type: none"> - Rendah dalam mendengarkan konsumen/dalam mendengarkan dan merespon/dalam mendengarkan dan menyesuaikan ▪ Rendah dalam keterampilan relasional <ul style="list-style-type: none"> - Rendah dalam upaya berhubungan baik/dalam berusaha memperkuat hubungan baik/dalam merespon untuk membangun hubungan baik ▪ Rendah dalam kecerdasan emosional <ul style="list-style-type: none"> - Rendah dalam memahami konsumen/dalam memahami dan merespon/dalam memberikan saran

Tabel 4.4 : Lanjutan

2,61 - 3,40	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Cukup berperilaku etis <ul style="list-style-type: none"> - Cukup berperilaku etis/cukup adil, jujur, dan transparan/cukup dapat dipercaya dan bertanggungjawab ▪ Cukup memiliki kemampuan mendengarkan <ul style="list-style-type: none"> - Cukup memiliki kemampuan mendengarkan/cukup mendengarkan dan merespon/cukup mendengarkan dan menyesuaikan ▪ Cukup berketerampilan relasional <ul style="list-style-type: none"> - Cukup berupaya berhubungan baik/cukup berusaha memperkuat hubungan baik/cukup merespon untuk membangun hubungan ▪ Cukup memiliki kecerdasan emosional <ul style="list-style-type: none"> - Cukup memahami konsumen/cukup memahami kemudian merespon/cukup dalam memberikan saran
3,41 - 4,20	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tinggi dalam berperilaku etis <ul style="list-style-type: none"> - Tinggi dalam berperilaku etis/adil, jujur dan transparan/dapat dipercaya dan bertanggungjawab ▪ Tinggi dalam kemampuan mendengarkan <ul style="list-style-type: none"> - Tinggi dalam memiliki kemampuan mendengarkan/dalam mendengarkan dan merespon/dalam mendengarkan dan menyesuaikan ▪ Tinggi dalam keterampilan relasional <ul style="list-style-type: none"> - Tinggi dalam berupaya berhubungan baik/dalam berusaha memperkuat hubungan baik/dalam merespon untuk membangun hubungan ▪ Tinggi dalam kecerdasan emosional <ul style="list-style-type: none"> - Tinggi dalam memahami konsumen/dalam memahami kemudian merespon/dalam memberikan saran
4,21 - 5,00	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sangat Tinggi dalam berperilaku etis <ul style="list-style-type: none"> - Sangat Tinggi dalam berperilaku etis/adil, jujur dan transparan/dapat dipercaya dan bertanggungjawab ▪ Sangat Tinggi dalam kemampuan mendengarkan <ul style="list-style-type: none"> - Sangat Tinggi dalam memiliki kemampuan mendengarkan/dalam mendengarkan dan merespon/dalam mendengarkan dan menyesuaikan ▪ Sangat Tinggi dalam keterampilan relasional <ul style="list-style-type: none"> - Sangat Tinggi dalam berupaya berhubungan baik/dalam berusaha memperkuat hubungan baik/dalam merespon untuk membangun hubungan ▪ Sangat Tinggi dalam kecerdasan emosional <ul style="list-style-type: none"> - Sangat Tinggi dalam memahami konsumen/dalam memahami kemudian merespon/dalam memberikan saran

Sumber : data primer yang diolah

Tabel 4.5 Deskripsi Penilaian Responden Variabel PE, KM, KR, KE

Indikator	Rerata	Kategori/Konten Variabel
Perilaku Etis Tenaga Penjualan	3,01	Cukup Berperilaku Etis
Berperilaku etis	3,22	Cukup berperilaku etis
Adil, jujur dan transparan.	3,14	Cukup adil, jujur dan transparan
Dapat dipercaya dan bertanggung jawab secara moral.	2,66	Cukup dapat dipercaya dan bertanggungjawab
Kemampuan Mendengarkan Tenaga Penjualan	3,01	Cukup memiliki Kemampuan Mendengarkan
Mendengarkan secara benar	3,21	Cukup memiliki kemampuan mendengarkan
Mendengarkan dan merespon konsumen dengan baik	3,21	Cukup mendengarkan dan merespon
Mendengarkan dan menyesuaikan keinginan konsumen	2,62	Cukup mendengarkan dan menyesuaikan
Keterampilan Relasional	3,00	Cukup Berketerampilan Relasional
Berupaya mempertahankan hubungan baik	3,19	Cukup berupaya berhubungan baik
Merespon dan memperkuat hubungan baik	3,17	Cukup berusaha memperkuat hubungan baik
Merespon dan membangun hubungan baik	2,66	Cukup merespon untuk membangun hubungan
Kecerdasan Emosional	3,01	Cukup memiliki Kecerdasan Emosional
Memahami konsumen	3,24	Cukup memahami konsumen
Memahami pikiran dan meresponnya secara efektif.	3,24	Cukup memahami kemudian merespon
Memahami pikiran dan memberikan saran	2,57	Rendah dalam memberikan saran

Sumber : data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 4.5, diperoleh hasil penilaian responden adalah sebagai berikut :

1. PE memiliki masing-masing nilai rerata indikator berurutan dari yang terkecil PE 3, PE 2 dan PE 1 sebesar 2.66, 3.14 dan 3.22, dengan rerata PE 3,01 serta termasuk dalam kategori sedang karena berada pada interval

2,61 - 3,40. Yang artinya bahwa, jika dilihat baik dari nilai terendah ke tertinggi variabel PE, menurut responden tenaga penjualan yang pernah memberikan penjelasan kepada konsumen, cukup beretika dalam melayani konsumennya. Hal ini juga menunjukkan bahwa menurut responden rasa percaya, adil, jujur dan tanggung jawab seorang tenaga penjualan dianggap cukup dalam melayani konsumen. Jika dilihat dari keseluruhan indikan juga dinilai bahwa menurut responden Perilaku Etis/Etika tenaga penjualan bernilai sedang dengan mengacu pada nilai rerata pada masing-masing indikan dan nilai rata-rata pada variabel PE yang berada pada kategori sedang.

2. KM memiliki masing-masing nilai rerata indikator berurutan dari yang terkecil KM 3, KM 1 dan KM 2 sebesar 2.62, 3.21 dan 3.21, dengan rerata KM 3,01 serta termasuk dalam kategori sedang karena berada pada interval 2,61 - 3,40. Yang artinya bahwa, jika dilihat baik dari nilai terendah ke tertinggi variabel KM, menurut responden tenaga penjualan yang pernah memberikan penjelasan kepada konsumen, memiliki kemampuan mendengarkan yang cukup dalam melayani konsumennya . Hal ini juga menunjukkan bahwa menurut responden tenaga penjualan dianggap cukup dalam usaha mendengarkan apa yang diceritakan dan dibicarakan oleh konsumen, menyesuaikan apa yang keinginan konsumen serta merespon konsumen dengan baik. Jika dilihat dari keseluruhan indikan juga dinilai bahwa menurut responden Kemampuan Mendengarkan seorang tenaga penjualan bernilai sedang dengan mengacu

pada nilai rerata pada masing-masing indikan dan nita rata-rata pada variabel KM yang berada pada kategori sedang.

3. KR memiliki masing-masing nilai rerata indikator berurutan dari yang terkecil KR 3, KR 2 dan KR 1 sebesar 2.66, 3.17 dan 3.19, dengan rerata KR 3,00 serta termasuk dalam kategori sedang karena berada pada interval 2,61 - 3,40. Yang artinya bahwa, menurut responden tenaga penjualan telah dianggap cukup dalam berusaha membangun hubungan dengan konsumennya. Hal ini menunjukkan bahwa menurut responden tenaga penjualan dianggap cukup baik dalam berusaha membangun hubungan baik dengan konsumennya, merespon kosumen dengan baik agar terjadi hubungan yang baik pula, berusaha memperkuat hubungan dengan para konsumen, serta mempertahankan hubungan baiknya dengan konsumen. Jika dilihat dari keseluruhan indikan juga dinilai bahwa menurut responden Keterampilan Relasional seorang tenaga penjualan bernilai sedang dengan mengacu pada nilai rerata pada masing-masing indikan dan nita rata-rata pada variabel KR yang berada pada kategori sedang.
4. KE memiliki masing-masing nilai rerata indikator berurutan dari yang terkecil KE 3, KE 1 dan KE 2 sebesar 2.57, 3.24 dan 3.24, dengan rerata KE 3,00. KE 2 dan KE 1 termasuk dalam kategori sedang karena berada pada interval 2,61 – 3,40, sedangkan KE3 termasuk dalam kategori rendah karena berada pada interval 1,81 – 2,60. Yang artinya bahwa, menurut responden tenaga penjualan sudah cukup dalam memahami keinginan konsumen dan emosi konsumen, serta merespon konsumen secara efektif.

Akan tetapi, tenaga penjualan dianggap kurang dalam memberikan saran kepada konsumen untuk membantu mereka dalam pengambilan keputusan pembelian.

Sedangkan variabel KP, berdasarkan pada tabel 4.6 menunjukkan bahwa jumlah presentase dari 200 responden yang memberi keputusan untuk tidak membeli adalah sebanyak 12%, sedangkan responden yang memberi keputusan untuk membeli sebanyak 88%. Yang artinya, responden dalam penelitian ini lebih banyak memberikan keputusan pembeliannya dengan membeli dari pada keputusan tidak membeli.

Tabel 4.6 Deskripsi Penilaian Responden Variabel KP

Keputusan Pembelian	Frequency	Percent
0 (tidak membeli)	24	12.0
1 (membeli)	176	88.0
Total	200	100.0

Sumber : data primer yang diolah

4.4 Tahapan Analisis

Analisis diskriminan mempunyai asumsi bahwa data berasal dari variabel yang berdistribusi normal multivariate, matrik kovarian identik/homogen dan tidak terjadi gejala multikolinieritas. Pada tahap uji asumsi diskriminan diperoleh hasil bahwa berdasarkan tabel 4.7 variabel PE tidak dapat dimasukkan kedalam model diskriminan, sehingga pada tahap analisis selanjutnya variabel PE harus dibuang. Hal ini ditunjukkan dengan

nilai signifikansi yang diperoleh oleh tabel PE yaitu 0,703, atau lebih besar dari 0,05.

Tabel 4.7 Tests of Equality of Group Means

	Wilks' Lambda	F	df1	df2	Sig.
PE	.999	.146	1	198	.703
KM	.845	36.319	1	198	.000
KR	.885	25.693	1	198	.000
KE	.854	33.883	1	198	.000

Sumber : data primer yang diolah

Kemudian pada tahap analisis selanjutnya, seperti yang ditunjukkan oleh tabel 4.8 yaitu pada tahapan interpretasi terhadap fungsi diskriminan dan validasi fungsi diskriminan diperoleh hasil bahwa kelompok pada keputusan 0 (tidak membeli) sebanyak 24 responden atau dengan prosentase 100%. Sementara itu, 176 responden yang berada di kelompok keputusan 1 (membeli), akan tetapi hanya 150 responden atau dengan prosentase 85,2%, sedangkan 26 atau dengan prosentase sebesar 14,8% respondennya terjadi kesalahan dalam observasi, yaitu responden 17, 25, 32, 53, 55, 65, 68, 71, 84, 92, 95, 107, 109, 112, 117, 121, 131, 133, 139, 143, 148, 154, 165, 170, 171 dan 173, atau yang tertera pada tabel 4.9.

Tabel 4.8 Tests of Equality of Group Means

	KP	Predicted Group Membership		Total
		Tidak	Ya	
Original Count	0	24	0	24
	1	26	150	176
%	0	100.0	.0	100.0
	1	14.8	85.2	100.0

87.0% of original grouped cases correctly classified.

Sumber : data primer yang diolah

Tabel 4.9 Misclassified Case

Case Number	Actual Group	Predicted Group	Squared Mahalanobis Distance to Centroid	Group	P(G=g D=d)	Squared Mahalanobis Distance to Centroid	Discriminant Scores
17	1	0**	.620	1	.311	2.211	-1.214
25	1	0**	.555	1	.291	2.338	-1.256
32	1	0**	.572	1	.296	2.305	-1.245
53	1	0**	.563	1	.293	2.321	-1.251
55	1	0**	.229	1	.183	3.224	-1.523
65	1	0**	.911	1	.398	1.741	-1.047
68	1	0**	.527	1	.282	2.398	-1.276
71	1	0**	.251	1	.190	3.146	-1.501
84	1	0**	.911	1	.398	1.741	-1.047
92	1	0**	1.057	1	.438	1.553	-.973
95	1	0**	.519	1	.279	2.415	-1.281
107	1	0**	.215	1	.178	3.278	-1.538
109	1	0**	.494	1	.271	2.470	-1.299
112	1	0**	.235	1	.185	3.203	-1.517
117	1	0**	.494	1	.271	2.470	-1.299
121	1	0**	.300	1	.207	2.981	-1.454
131	1	0**	.620	1	.311	2.211	-1.214
133	1	0**	1.010	1	.425	1.611	-.996
139	1	0**	1.046	1	.435	1.566	-.979
143	1	0**	.974	1	.415	1.658	-1.015
148	1	0**	.888	1	.391	1.774	-1.059
154	1	0**	.520	1	.280	2.412	-1.280
165	1	0**	.551	1	.289	2.347	-1.259
170	1	0**	.974	1	.415	1.658	-1.015
171	1	0**	.995	1	.421	1.630	-1.004
173	1	0**	1.182	1	.472	1.409	-.914

Sumber : data primer yang diolah

Pada keadaan seperti ini, peneliti melakukan analisis ulang dengan membuang variabel PE kedalam model dikriminan dan menghapuskan data yang terjadi kesalahan dalam observasi. Artinya dari hasil analisis diatas,

variabel yang dimasukkan kedalam model diskriminan adalah sebanyak 3 variabel yaitu variabel KM, KR dan KE. Dan data responden yang digunakan adalah sebanyak 174 data responden, maka menghasilkan hasil sebagai berikut :

Berdasarkan pada tabel 4.10, menunjukkan bahwa semua variabel yang dimasukkan kedalam model diskriminan memperoleh nilai signifikan masing-masing sebesar $0,000 < 0,05$. Yang artinya ketiga variabel tersebut dimasukkan kedalam model diskriminan.

Tabel 4.10 Tests of Equality of Group Means

	Wilks' Lambda	F	df1	df2	Sig.
KM	.791	45.345	1	172	.000
KR	.844	31.711	1	172	.000
KE	.788	46.335	1	172	.000

Sumber : data primer yang diolah

Sedangkan berdasarkan pada tabel 4.11, menunjukkan bahwa dari total sampel pada tahap ke dua yaitu sebanyak 174 sampel, 24 responden masuk kedalam kelompok 0 (tidak membeli) dengan prosentasi 100%, sedangkan dari total 150 responden yang berada dalam kelompok 1 (membeli), hanya ada 141 responden dengan prosentase 94 % yang datanya dianggap benar, sedangkan sebanyak 9 responden atau dengan prosentase 6% terjadi kesalahan dalam observasi, yaitu responden 93, 100, 102, 113, 121, 126, 144, 171 dan 174, atau yang tertera pada tabel 4.12.

Tabel 4.11 Classification Results^{b,c}

		KP	Predicted Group Membership		Total
			0	1	
Original	Count	0	24	0	24
		1	9	141	150
	%	0	100.0	.0	100.0
		1	6.0	94.0	100.0

94.8% of original grouped cases correctly classified.

Sumber : data primer yang diolah

Tabel 4.12 Misclassified Case

Case Number	Actual Group	Predicted Group	Squared Mahalanobis Distance to Centroid	Group	P(G=g D=d)	Squared Mahalanobis Distance to Centroid	Discriminant Scores
93	1	0**	2.047	1	.481	2.202	-1.082
100	1	0**	1.938	1	.453	2.317	-1.120
102	1	0**	2.032	1	.477	2.217	-1.087
113	1	0**	1.962	1	.459	2.292	-1.112
121	1	0**	1.878	1	.437	2.384	-1.142
126	1	0**	1.855	1	.431	2.410	-1.150
144	1	0**	2.095	1	.493	2.153	-1.065
171	1	0**	1.879	1	.442	2.364	-1.135
174	1	0**	2.028	1	.476	2.222	-1.089

Sumber : data primer yang diolah

Pada tahapan ini, dimana data masih terdapat kesalahan dalam observasi, maka peneliti melakukan analisis ulang kembali dengan menggunakan variabel KM, KR dan KE dengan menghapuskan data yang terjadi kesalahan dalam observasi yaitu sebanyak 165 data responden. Maka menghasilkan hasil analisis lengkap yang akan dijelaskan pada bagian selanjutnya.

4.5 Uji Asumsi Diskriminan

4.5.1 Uji Normal Multivariat

Asumsi pada analisis diskriminan, bahwa variabel harus terdiri dari variabel yang berdistribusi normal multivariate. Jika tidak berdistribusi normal, hal ini akan menyebabkan masalah pada ketepatan fungsi (model) diskriminan. Hal ini ditunjukkan pada tabel 4.13, menyatakan bahwa nilai yang diperoleh dari hasil uji menggunakan SPSS pada variabel KM, KR dan KE masing-masing adalah sebesar 0,118 dan 0,19 dan 0,1 atau $> 0,05$. Sedangkan pada tabel 4.14, diperoleh nilai signifikan sebesar 0,965. Yang artinya data/variabel berdistribusi normal multivariat dan asumsi diskriminan terpenuhi.

Tabel 4.13 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test Variabel Independen

		KM	KR	KE
N		165	165	165
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	3.111111	3.092929	3.131313
	Std. Deviation	1.0103350	.8069716	.8816843
Most Extreme Differences	Absolute	.093	.084	.095
	Positive	.071	.079	.082
	Negative	-.093	-.084	-.095
Kolmogorov-Smirnov Z		1.189	1.085	1.225
Asymp. Sig. (2-tailed)		.118	.190	.100

Sumber : data primer yang diolah

Tabel 4.14 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test Multivariat

		Z
N		165
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	3.79679
	Std. Deviation	.676661
Most Extreme Differences	Absolute	.039
	Positive	.039
	Negative	-.038
Kolmogorov-Smirnov Z		.499
Asymp. Sig. (2-tailed)		.965

Sumber : data primer yang diolah

4.5.2 Uji Homogenitas (Matrik Kovarian)

Asumsi pada analisis diskriminan, bahwa semua variabel harus identik/homogen. Untuk mengetahui variabel bebas yang dapat mendiskriminasi suatu kelompok adalah menggunakan statistik uji Wilk's Lamda dan taraf signifikansi. Berdasarkan pada hasil *output* SPSS pada tabel *Test of Equality of Group Means* di di tabel 4.15 diperoleh nilai Wilk's Lambda yang memiliki nilai signifikansi $< 0,05$ terdapat pada 3 variabel dengan nilai signifikan ketiga variabelnya 0,000, yaitu variabel Kemampuan Mendengarkan, Keterampilan Relasional dan variabel Kecerdasan Emosional. Artinya, ketiga variabel tersebut memiliki perbedaan dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Tabel 4.15 Tests of Equality of Group Means

	Wilks' Lambda	F	df1	df2	Sig.
KM	.782	45.334	1	163	.000
KR	.819	35.961	1	163	.000
KE	.764	50.231	1	163	.000

Sumber : data primer yang diolah

Menurut Ghazali (2006), kedua kelompok matrik kovarian dikatakan identik/homogen jika nilai pada uji Bok's M memiliki nilai $> 0,05$. Berdasarkan pada tabel 4.16, menghasilkan nilai signifikansi sebesar $0,132 > 0,05$. Artinya asumsi diskriminan telah terpenuhi, yaitu matrik kovarian kedua kelompok adalah identik/homogen.

Tabel 4.16 Box's M

Box's M		10.339
F	Approx.	1.639
	df1	6
	df2	9408.377
	Sig.	.132

Sumber : data primer yang diolah

4.5.3 Uji Multikolinieritas

Analisis diskriminan memiliki asumsi bahwa tidak adanya gejala multikolinieritas atau adanya korelasi antara variabel independen yang menyebabkan sulitnya memberikan pengaruh-pengaruh individual. Menurut Ghazali (2006), tidak terjadi gejala multikolinieritas apabila nilai korelasi antara variabel independen adalah $< 0,5$. Berdasarkan pada hasil *output* tabel *pooled within-group*

matrices pada tabel 4.17, diperoleh bahwa korelasi antar variabel memiliki nilai masing-masing variabel adalah :

- KM dan KR : $0,167 < 0,5$
- KM dan KE : $0,169 < 0,5$
- KR dan KE : $0,191 < 0,5$

Artinya, asumsi diskriminan terpenuhi dan tidak terjadi gejala multikolinieritas.

Tabel 4.17 Pooled Within-Groups Matricesa

		KM	KR	KE
Correlation	KM	1.000	-.167	-.169
	KR	-.167	1.000	-.191
	KE	-.169	-.191	1.000

Sumber : data primer yang diolah

4.6 Analisis Fungsi Diskriminan

Analisis diskriminan dilakukan setelah beberapa pengujian asumsi dipenuhi seperti uji normal multivariat, uji matrik kovarian dan multikolinieritas. Adanya analisis diskriminan dalam penelitian ini adalah berfungsi untuk mengklasifikasi keputusan pembelian yang diberikan oleh konsumen yakni “membeli” atau “tidak membeli” berdasarkan variabel KM, KR dan KE. Tahapan-tahapan pada analisis diskriminan akan dijelaskan sebagai berikut :

Tabel 4.18 Variables Not in the Analysis

Step		Tolerance	Min. Tolerance	Sig. of F to Enter	Min. D Squared	Between Groups
0	KM	1.000	1.000	.000	2.210	0 and 1
	KR	1.000	1.000	.000	1.753	0 and 1
	KE	1.000	1.000	.000	2.449	0 and 1
1	KM	.972	.972	.000	5.603	0 and 1
	KR	.963	.963	.000	5.184	0 and 1
2	KR	.923	.922	.000	9.862	0 and 1

Sumber : data primer yang diolah

Tabel 4.19 Variables in the Analysis

Step		Tolerance	Sig. of F to Remove	Min. D Squared	Between Groups
1	KE	1.000	.000		
2	KE	.972	.000	2.210	0 and 1
	KM	.972	.000	2.449	0 and 1
3	KE	.922	.000	4.755	0 and 1
	KM	.930	.000	5.184	0 and 1
	KR	.923	.000	5.603	0 and 1

Sumber : data primer yang diolah

Untuk mengetahui variabel mana saja yang dapat masuk dalam fungsi diskriminan maka perlu melakukan metode analisis stepwise, yang dilakukan dengan cara memasukkan variabel satu persatu kedalam model diskriminan, yang memungkinkan satu atau lebih variabel independent akan dibuang dari model, tergantung tingkat signifikan dari hasil yang akan diperoleh dari hasil pengujian. Berdasarkan output pada tabel 4.18 dan 4.19, dijelaskan step-step variabel yang dimasukkan dan dikeluarkan dari analisis diskriminan. Dihasilkan bahwa proses analisis dilakukan sampai pada tahap kedua, yang

artinya semua variabel dimasukkan kedalam model diskriminan. Tahapan ini dilakukan dengan melihat nilai signifikansinya, dimana nilai signifikan yang dapat diterima dan variabel dapat dimasukkan dalam fungsi diskriminan adalah nilai signifikan harus bernilai $< 0,05$.

- Pada step 1, variabel KE adalah variabel pertama yang masuk kedalam model diskriminan. Karena variabel tersebut mempunyai nilai of F to remove yang paling sedikit, yaitu $0,000 < 0,05$.
- Pada step 2, dimasukkan variabel kedua, yaitu variabel KM. Karena mempunyai angka sig. of F remove sebesar $0,000 < 0,05$.
- Pada step 3, dimasukkan variabel ketiga, yaitu variabel KR. karena mempunyai angka sig. of F remove sebesar $0,000 < 0,05$.

Artinya, ke 3 variabel digunakan untuk membentuk fungsi diskriminan, yakni variabel KE, KM, dan KR dengan nilai signifikan masing-masing $0,000 (< 0,05)$.

Tabel 4.20 Variables Entered/Removed^{a,b,c,d}

Step	Entered	Statistic	Between Groups	Min. D Squared			
				Exact F			
				Statistic	df1	df2	Sig.
1	KE	2.449	0 and 1	50.231	1	163.000	3.916E-11
2	KM	5.603	0 and 1	57.103	2	162.000	1.701E-19
3	KR	9.862	0 and 1	66.595	3	161.000	4.702E-28

Sumber : data primer yang diolah

Oleh karena tujuan olah data ini ingin menentukan variabel-variabel yang paling efisien di dalam membedakan antar responden

yang menggunakan 2 keputusan pembelian yaitu membeli dan tidak membeli, maka digunakan metode stepwise. Mahalanobis distance digunakan dalam metode stepwise guna menentukan variabel yang memiliki kekuatan terbesar mendiskriminasi. Dari hasil yang diperoleh pada tabel 4.20, dinyatakan bahwa variabel KE lebih mendiskriminasi terhadap variabel KP, kemudian diikuti oleh variabel KM dan KR.

Tabel 4.21 Wilks' Lambda

Step	Number of Variables	Lambda	df1	df2	df3	Exact F			
						Statistic	df1	df2	Sig.
1	1	.764	1	1	163	50.231	1	163.000	.000
2	2	.587	2	1	163	57.103	2	162.000	.000
3	3	.446	3	1	163	66.595	3	161.000	.000

Sumber : data primer yang diolah

Berdasarkan dari tabel 4.21, dijelaskan bahwa hanya 3 variabel yang masuk pada model diskriminan dan memiliki nilai signifikan masing-masing adalah $0,000 < 0,05$. Dan ke tiga variabel tersebut telah ditunjukkan secara berurutan pada tabel sebelumnya (tabel 4.20). Hasil tersebut dapat pula diartikan bahwa ketiga variabel tersebut, yaitu variabel KE, KM dan KR adalah variabel yang memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Sedangkan variabel PE tidak didiskripsikan pada tabel diatas, karena pada analisis tahap pertama variabel PE sudah dikeluarkan dari model diskriminan.

Tabel 4.22 Eigenvalues

Function	Eigenvalue	% of Variance	Cumulative %	Canonical Correlation
1	1.241 ^a	100.0	100.0	.744

Sumber : data primer yang diolah

Tabel 4.22 diatas menunjukkan hubungan antara kedua variabel yaitu variabel independen dengan variabel dependen. Korelasi yang diperoleh adalah sebesar 0,744 yang kemudian dijadikan nilai koefisien determinasi (R squared) untuk melihat seberapa besar keragaman variabel dependent yang mampu dijelaskan oleh variabel independennya. Sehingga nilai R squared adalah $0,744^2 = 0,5535$. Yang artinya variabel independen mampu menjelaskan sebesar 55,35 % pada variabel dependen, sedangkan 44,65 % nya dijelaskan oleh variabel independen lainnya di luar model. Nilai korelasi kanonikal menunjukkan hubungan antara nilai diskriminan dengan kelompok. Nilai sebesar 0,744 berarti hubungannya tinggi karena mendekati angka 1 (besar korelasi antara 0 - 1).

Sedangkan berdasarkan pada tabel 4.23, menunjukkan bahwa ketiga variabel yang masuk dalam fungsi diskriminan yaitu variabel Kemampuan Mendengarkan, keterampilan relasioanal dan kecerdasan emosional memiliki pengaruh yang signifikan secara bersamaan terhadap keputusan pembelian konsumen, baik itu keputusan untuk “membeli” atau keputusan “tidak membeli” dengan nilai wilk’s

lambda yang diperoleh untuk ketiga variabel tersebut sebesar 0,446, chi-square 130,310 dengan angka signifikan 0,000 ($< 0,05$).

Tabel 4.23 Wilks' Lambda

Test of Function(s)	Wilks' Lambda	Chi-square	df	Sig.
1	.446	130.310	3	.000

Sumber : data primer yang diolah

4.6.1 Menguji Signifikan dari Fungsi Diskriminan yang Terbentuk

Berdasarkan tabel 4.24 menunjukkan fungsi diskriminan dengan persamaan Z score. Koefisien fungsi diskriminan pada variabel KM, KR dan KE bertanda positif, artinya bahwa variabel KM, KR, KE mempunyai pengaruh yang positif, yaitu setiap kenaikan satu nilai satuan nilai variabel KM maka menaikkan skor diskriminan sebesar 0,714, untuk setiap kenaikan satu satuan nilai variabel KR maka menaikkan skor diskriminan sebesar 0,684, untuk setiap kenaikan satu satuan nilai variabel KE maka menaikkan skor diskriminan sebesar 0,749. Maka fungsi diskriminan dengan persamaan Z score adalah sebagai berikut :

$$Z \text{ score} = 0,714 \text{ KM (Kemampuan Mendengarkan)} + 0,684 \text{ KR (Keterampilan Relasional)} + 0,749 \text{ KE (Kecerdasan Emosional)}.$$

Fungsi diskriminan ini dapat ditulis menjadi bentuk :

$$Z = w_1 \text{ KM} + w_2 \text{ KR} + w_3 \text{ KE}$$

Dimana w_1 , w_2 , w_3 berturut-turut merupakan nilai koefisien KM, KR, KE yang sudah dinormalkan dengan rumus :

$$W1 = \frac{0,714}{\sqrt{0,714^2 + 0,684^2 + 0,749^2}} = \frac{0,714}{1,240} = 0,411$$

$$W2 = \frac{0,684}{\sqrt{0,714^2 + 0,684^2 + 0,749^2}} = \frac{0,689}{1,240} = 0,377$$

$$W3 = \frac{0,749}{\sqrt{0,714^2 + 0,684^2 + 0,749^2}} = \frac{0,749}{1,240} = 0,452$$

$$Z = 0.411 \text{ KM} + 0.377 \text{ KR} + 0.452 \text{ KE}$$

Tabel 4.24 Standardized Canonical Discriminant Function Coefficients

	Function
	1
KM	.714
KR	.684
KE	.749

Sumber : data primer yang diolah

Dan berdasarkan angka pada tabel 4.25, terdapat dua kelompok yang berbeda yaitu kelompok dengan keputusan 0 dengan rata-rata kelompok negatif yaitu -2,684 dan kelompok yang keputusan 1 dengan rata-rata kelompok positif yaitu 0,457. Sedangkan untuk mengetahui cut-off pengelompokan metode pembelian dapat dihitung dengan rumus :

$$Z_{cu} = \frac{Na.Zb + Nb.Za}{Na + Nb} = \frac{(24).(-2,684) + (141).(0,457)}{24 + 141} = 0,2910$$

Dimana:

Z_{cu} : Angka kritis, yang berfungsi sebagai cut off score

Na dan Nb : Jumlah sampel dari grup 0 dan 1, yang dalam kasus ini adalah grup Membeli dan Tidak Membeli

Za dan Zb : angka centroid pada Grup 0 dan 1

Dari hasil perhitungan diatas menunjukkan hasil $Z_{cu}/\text{cut-off}$ adalah sebesar 0,2910 atau secara praktis sama dengan 0.

- Jadi jika nilai Z score $< 0,2910$ atau 0 maka dikelompokkan pada kelompok 0 (tidak membeli)
- Dan jika Z score $> 0,2910$ atau 0 maka dikelompokkan pada kelompok 1 (membeli)

Nilai Z score digunakan untuk mengelompokkan responden, apakah responden pada kelompok 0 (tidak membeli) atau pada kelompok 1 (membeli) dengan melihat membandingkan nilai *discriminant score* pada tabel *casewise statistic* di lampiran K dengan nilai minimal Z score.

Tabel 4.25 Functions at Group Centroids

KP	Function
	1
0	-2.684
1	.457

Sumber : data primer yang diolah

4.6.2 Interpretasi Terhadap Fungsi Diskriminan dan Validasi Fungsi Diskriminan

Berdasarkan output pada tabel 4.26, menunjukkan bahwa kelompok pada keputusan 0 (tidak membeli) sebanyak 24 responden

atau dengan prosentase 100% dan sebanyak 141 responden atau dengan prosentasi 100% berada pada keputusan 1 (membeli), dan tidak ada kesalahan dalam observasi data.

Maka ketepatan fungsi diskriminan dapat dihitung dengan cara : $(24+141) / 165 = 1$ atau 100 %.

Tabel 4.26 Classification Results

			Predicted Group Membership		Total
			0	1	
Original	Count	0	24	0	24
		1	0	141	141
	%	0	100.0	.0	100.0
		1	.0	100.0	100.0

100.0% of original grouped cases correctly classified.

Sumber : data primer yang diolah

Sedangkan struktur matrik pada tabel 4.27 memberikan arti relatif pentingnya masing-masing variabel independen didalam membedakan kedua kelompok keputusan pembelian. Dari hasil output tersebut diperoleh bahwa variabel KE merupakan variabel yang memiliki pengaruh penting terhadap variabel dependen, yaitu keputusan pembelian konsumen. Yang kemudian diikuti oleh variabel KM, dan Variabel KR.

Tabel 4.27 Structure Matrix

	Function
	1
KE	.498
KM	.473
KR	.422

Sumber : data primer yang diolah

4.7 Hipotesis dan Pembahasan

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan sebuah model penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Punwatkar dan Verghese (2014), yang mana pada model penelitian tersebut berisi tentang pengaruh perilaku tenaga penjualan, yaitu Perilaku Etis/Etika, Kemampuan Mendengarkan, Keterampilan Relasional dan Kecerdasan Emosional tenaga penjualan terhadap keputusan pembelian konsumen. Dalam penelitian tersebut dinyatakan dalam hasil penelitiannya bahwa variabel Kemampuan Mendengarkan dan variabel Keterampilan Relasional memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, sedangkan variabel Perilaku Etis/Etika dan variabel Kecerdasan Emosional tidak memiliki pengaruh yang signifikan secara statistik, akan tetapi kedua variabel ini masih memiliki peran penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Data yang diolah dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan 200 sampel, dengan 176 responden memberi keputusan pembelian dengan “membeli” atau yang bernilai 1 dan 24 responden memberi

keputusan pembeliannya dengan “tidak membeli atau yang bernilai 0. Dari jumlah data 200 tersebut, yang dapat diolah hanya 165 data responden, sedangkan 35 data responden lainnya dihilangkan karena terjadi kesalahan dalam observasi. Data yang diolah menjadi juga sudah memenuhi semua asumsi diskrimina, yaitu :

- Ditunjukkan dengan data yang memiliki distribusi normal multivariate dengan nilai yang diperoleh sebesar 0,965 atau $> 0,05$.
- Semua variabel harus identik/homogen yang ditunjukkan dengan nilai yang diperoleh sebesar 0,132 atau $> 0,05$.
- Tidak adanya gejala multikolinieritas. Menurut Ghozali (2006), terjadi gejala multikolinieritas apabila nilai korelasi antara variabel independen adalah $< 0,5$. Berdasarkan pada hasil *output* SPSS, diperoleh bahwa korelasi antar variabel memiliki nilai adalah :
 - KM dan KR : $0,167 < 0,5$
 - KM dan KE : $0,169 < 0,5$
 - KR dan KE : $0,191 < 0,5$

Hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti saat ini, memberikan hasil yang sedikit berbeda dengan model penelitian terdahulu yang digunakan. Dalam hasil olah data SPSS dalam penelitian ini, dinyatakan bahwa ada 3 variabel yang terdapat pada model penelitian yang memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, yaitu variabel Kemampuan Mendengarkan, Keterampilan Relasional, dan kecerdasan emosional. Sedangkan variabel Perilaku Etis/Etika tidak memberikan

pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Hal ini ditunjukkan pada angka signifikan ketiga variabel tersebut yaitu masing-masing 0,000 ($<0,05$).

Tabel 4.28 Hasil Hipotesis

Hipotesis	Signifikansi (Alpha)	Simpulan
<i>H₁ : Perilaku Etis (etika) seorang tenaga penjualan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen.</i>	0,703	Tidak Diterima
<i>H₂ : Kemampuan Mendengarkan seorang tenaga penjualan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen.</i>	0,000	Diterima
<i>H₃ : Keterampilan Relasional seorang tenaga penjualan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen.</i>	0,000	Diterima
<i>H₄ : Kecerdasan Emosional seorang tenaga penjualan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen.</i>	0,000	Diterima

Sumber : data primer yang diolah

H₁ : Perilaku Etis (etika) seorang tenaga penjualan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen.

Berdasarkan pengolahan data SPSS yang dilakukan sebelumnya, diperoleh nilai signifikan yang berhubungan dengan pengaruh Perilaku Etis/Etika tenaga penjualan terhadap keputusan pembelian konsumen sebesar 0,703, nilai ini lebih besar dari 0,05. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan dalam membentuk fungsi diskriminan adalah menggunakan

metode *Step-Wise Estimation*, di mana variabel dimasukkan satu per satu kedalam model diskriminan. Pada tahap awal pengolahan data, variabel PE telah dikeluarkan dari model diskriminan dikarenakan memiliki nilai signifikan $> 0,05$. Hal ini menyebabkan pada tahap analisis selanjutnya, variabel PE tidak dimasukkan kedalam model diskriminan. Yang berarti H_1 dalam penelitian ini tidak sesuai dengan yang diharapkan dalam penelitian, atau dengan hasil kesimpulan bahwa Perilaku Etis/Etika tenaga penjualan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Akan tetapi walaupun Perilaku Etis tenaga penjualan dianggap tidak signifikan dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, dalam penilaian deskripsi jawaban responden menunjukkan bahwa responden menganggap Perilaku Etis/Etika tenaga penjualan sudah cukup dalam melayani konsumennya.

Penelitian yang dilakukan oleh Punwatkar dan Verghese (2014), dalam penelitiannya juga menyatakan bahwa Perilaku Etis/Etika tenaga penjualan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Walaupun demikian Valentine (2009) juga menyatakan dalam hasil penelitiannya, bahwa setiap organisasi harus memberikan pelatihan etika kepada tenaga penjualan mereka, agar mereka memiliki standar beretika yang baik. Yang artinya walaupun Perilaku Etis/Etika tenaga penjualan tidak memiliki pengaruh signifikan secara statistik terhadap keputusan pembelian konsumen, Perilaku Etis/Etika tenaga penjualan tetap

merupakan hal yang sangat penting yang harus dimiliki oleh setiap tenaga penjualan dalam berinteraksi dengan para konsumen.

H₂ : Kemampuan Mendengarkan seorang tenaga penjualan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen.

Berdasarkan pengolahan data SPSS yang dilakukan sebelumnya, diperoleh nilai signifikansi yang berhubungan dengan pengaruh Kemampuan Mendengarkan tenaga penjualan terhadap keputusan pembelian konsumen sebesar 0,000, nilai ini lebih kecil dari 0,05 dan memiliki nilai koefisien diskriminan dengan tanda positif sebesar 0,797. Yang berarti H₂ dalam penelitian ini sesuai dengan yang diharapkan dalam penelitian, atau dengan hasil kesimpulan bahwa Kemampuan Mendengarkan tenaga penjualan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Punwatar dan Verghese (2014) dalam penelitiannya menyatakan bahwa Kemampuan Mendengarkan tenaga penjualan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Sama halnya dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Bergeron and Laroche (2008) menyatakan bahwa persepsi konsumen yang dilihat dari Kemampuan Mendengarkan seorang tenaga penjualan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.

Dalam proses penjualan, seorang tenaga penjualan harus dapat menceritakan riwayat produk serta kegunaan produk kepada konsumen.

Untuk itu tenaga penjualan harus mempunyai Kemampuan Mendengarkan untuk memecahkan masalah-masalah yang ada pada setiap konsumen. Masalah-masalah tersebut harus didengarkan oleh tenaga penjualan yang kemudian memberikan masukan kepada konsumen dengan memberikan solusi terhadap produk yang ditawarkan.

***H₃** : Keterampilan Relasional seorang tenaga penjualan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen.*

Berdasarkan pengolahan data SPSS yang dilakukan sebelumnya, diperoleh nilai signifikasn yang berhubungan dengan pengaruh Keterampilan Relasional tenaga penjualan terhadap keputusan pembelian konsumen sebesar 0,000, nilai ini lebih kecil dari 0,05 dan memiliki nilai koefisien diskrimina dengan tanda positif sebesar 0,934. Yang berarti H₃ dalam penelitian ini sesuai dengan yang diharapkan dalam penelitian, atau dengan hasil kesimpulan bahwa Keterampilan Relasional tenaga penjualan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Hasil penelitian ini sama halnya dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Swan et al. (1999) dan Punwatar dan Verghese (2014), yang menyatakan bahwa keretampilan relasional tenaga penjualan tenaga penjualan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Dampak yang dihasilkan dari Keterampilan Relasional tenaga penjualan juga memiliki dampak lain, yaitu memberikan kesan positif

terhadap kepribadian tenaga penjualan secara personal ataupun dampak positif konsumen pada produk yang ditawarkan, atau dengan kata lain adalah rasa percaya konsumen kepada tenaga penjualan tersebut yang ditimbulkan karena hubungan yang terjadi antara tenaga penjualan dengan konsumen yang terjadi. Yang berarti bahwa Keterampilan Relasional tenaga penjual yang menumbuhkan hubungan antar personal tenaga penjualan dengan konsumen, memiliki pengaruh yang sangat penting (signifikan secara statistik) terhadap keputusan pembelian konsumen.

H₄ : Kecerdasan Emosional seorang tenaga penjualan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen.

Berdasarkan pengolahan data SPSS yang dilakukan sebelumnya, diperoleh nilai signifikasn yang berhubungan dengan pengaruh Kecerdasan Emosional tenaga penjualan terhadap keputusan pembelian konsumen sebesar 0,000, nilai ini lebih kecil dari 0,05 dan memiliki nilai koefisien diskrimina dengan tanda positif sebesar 0,969. Yang berarti H₄ dalam penelitian ini sesuai dengan yang diharapkan dalam penelitian, atau dengan hasil kesimpulan bahwa Kecerdasan Emosional tenaga penjualan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Dalam hasil penelitiannya Swan et al. (1999) menyatakan bahwa Kecerdasan Emosional tenaga penjualan terhadap keputusan pembelian konsumen. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Punwatar

dan Verghese (2014) yang mengatakan bahwa Kecerdasan Emosional tenaga penjualan tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.

Walaupun demikian, Alrubaiee (2012) mengatakan bahwa Kecerdasan Emosional tenaga penjualan memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap kepercayaan konsumen. Sedangkan kepercayaan konsumen kepada seorang tenaga penjualan akan memunculkan tingkat kepercayaan konsumen terhadap produk yang ditawarkan, yang pada akhirnya mereka akan memutuskan untuk mengambil keputusan pembelian. Yang artinya bahwa Kecerdasan Emosional memiliki pengaruh (signifikan secara statistik) terhadap keputusan pembelian konsumen.

Sedangkan pengaruh total variabel independen terhadap variabel dependen berdasarkan hasil olah data SPSS yang dilakukan menunjukkan bahwa ketiga variabel KM, KR dan KE memiliki pengaruh secara bersamaan dengan nilai signifikansi yang dihasilkan ketiganya adalah $0,000 < 0,05$ dan ketiga variabel tersebut memiliki pengaruh sebesar 55,35 % pada variabel dependen, sedangkan 44,65 % dijelaskan oleh variabel lain diluar model.