

LAMPIRAN 1

KATA PENGANTAR

Bersama ini saya sampaikan bahwa,

Saya adalah mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Kristen Maranatha Bandung sedang melakukan penelitian mengenai Model Kompetensi pada *Staff Marketing* PT. MIF, Bandung.

Kuesioner ini terdiri dari sejumlah pertanyaan yang berhubungan dengan penelitian yang Saya lakukan. Penelitian ini bertujuan untuk menyusun model kompetensi yang digunakan oleh *Staff Marketing* PT. MIF, Bandung.

Sehubungan dengan hal tersebut, maka Saya memohon kesediaan Bapak/Ibu untuk mengisi kuesioner ini. Data yang diperoleh dari kuesioner ini akan sangat berguna bagi penelitian Saya. Saya harap Bapak/Ibu dapat mengisi kuesioner ini dengan respon yang tepat sesuai dengan keadaan yang ada dalam diri Bapak. Identitas ataupun jawaban Bapak/Ibu akan Saya rahasiakan.

Atas kesediaan Bapak/Ibu, Saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,

Peneliti

KUESIONER MODEL KOMPETENSI PADA *STAFF MARKETING*
PT. MONEX INVESTINDO FUTURE
BANDUNG

Cara Pengisian :

Dalam kuesioner ini, terdapat pernyataan-pernyataan yang menggambarkan berbagai kegiatan dalam pekerjaan sebagai *Staff Marketing* untuk mencapai kinerja efektif.

Bapak dimohon untuk memberi **dua jawaban**, yaitu :

- I. **Tingkat Kepentingan** dengan memberi tanda silang pada salah satu dari alternative jawaban sebagai berikut dalam mencapai **kinerja efektif** :
- a. Beri tanda silang pada kolom Sangat Penting (SP) jika kegiatan tersebut **sangat diutamakan** dalam pekerjaan *Staff Marketing*.
 - b. Beri tanda silang pada kolom Penting (PT) jika kegiatan tersebut **diutamakan** dalam pekerjaan *Staff Marketing*.
 - c. Beri tanda silang pada kolom Kurang Penting (KP) jika kegiatan tersebut **kurang diutamakan** dalam pekerjaan *Staff Marketing*.

Kemudian Bapak diminta untuk memilih jawaban yang tersedia di kolom kedua, yaitu :

- II. **Tingkat Frekuensi** dengan memberi tanda silang pada salah satu dari alternatif jawaban sebagai berikut dalam mencapai **kinerja efektif** :
- a. Beri tanda silang pada kolom Sering (SR) jika kegiatan tersebut **Sering** dilakukan dalam pekerjaan *Staff Marketing*.
 - b. Beri tanda silang pada kolom Jarang (JR) jika kegiatan tersebut **Jarang** dilakukan dalam pekerjaan *Staff Marketing*.

Dimohon untuk mengisi semua pernyataan, tidak ada jawaban yang salah, dan jawaban yang diminta adalah yang benar-benar menggambarkan diri Bapak/Ibu sebagai *Staff Marketing*.

Terima kasih atas kesediaan dan kerjasama Bapak/Ibu untuk mengisi kuesioner ini dan selamat bekerja.

Peneliti

Data Pribadi

Nama (Inisial) :
Jabatan :
Usia :
Lama Bekerja :
Target Investasi :
Jumlah Nasabah :

No.	Pernyataan	Tingkat Kepentingan			Frekuensi	
	Untuk memenuhi Kinerja Efektif	SP	PT	KP	SR	JR
1.	<i>Staff Marketing</i> memberikan penjelasan mengenai hal-hal apa saja yang harus diketahui oleh konsumen, sehingga konsumen tertarik membeli produk.					
2.	<i>Staff Marketing</i> menetapkan target yang akan dicapai dalam bekerja.					
3.	<i>Staff Marketing</i> mengerti sikap konsumen dalam menerima presentasi yang disampaikan.					
4.	<i>Staff Marketing</i> memberikan alasan yang meyakinkan mengapa suatu produk pantas untuk di beli oleh konsumen.					
5.	<i>Staff Marketing</i> memanfaatkan waktu untuk menyelesaikan tugas-tugas di kantor.					
6.	<i>Staff Marketing</i> memberikan saran yang tepat mengenai produk yang sesuai dengan konsumen.					
7.	<i>Staff Marketing</i> memiliki kepercayaan diri terkait tindakan yang dilakukan adalah benar dan tepat.					
8.	<i>Staff Marketing</i> membangun kepercayaan dari konsumen dengan memberikan informasi yang valid terkait produk perusahaan.					
9.	<i>Staff Marketing</i> mencari informasi melalui media-media, baik cetak maupun elektronik, yang berkaitan dengan					

	pekerjaan.					
10.	<i>Staff Marketing</i> memahami produk-produk yang dimiliki oleh perusahaan.					
11.	<i>Staff Marketing</i> mencari informasi terbaru agar mampu mengembangkan pengetahuannya.					
12.	<i>Staff Marketing</i> memberikan informasi penting kepada konsumen terkait produk, sehingga konsumen merasa percaya diri dalam berinvestasi.					
13.	<i>Staff Marketing</i> menentukan metode yang tepat agar masalah yang terjadi dapat ditangani dengan efektif.					

Ket :
SP : Sangat Penting
PT : Penting
KP : Kurang Penting
SR : Sering
JR : Jarang

No.	Pernyataan	Tingkat Kepentingan			Frekuensi	
		SP	PT	KP	SR	JR
	Untuk memenuhi Kinerja Efektif					
14.	<i>Staff Marketing</i> mengerti kesesuaian produk dengan kebutuhan dari konsumen.					
15.	<i>Staff Marketing</i> memberikan masukan kepada konsumen dalam mengambil keputusan sebelum memilih produk yang ditawarkan.					

16.	<i>Staff Marketing</i> berusaha melakukan yang terbaik dalam pekerjaan.					
17.	<i>Staff Marketing</i> melakukan upaya-upaya untuk mereduksi kesalahan sehingga jumlah investasi tidak turun.					
18.	<i>Staff Marketing</i> berinisiatif menyelesaikan tugas, sekalipun bukan bagian diri sendiri.					
19.	<i>Staff Marketing</i> mengerti kebutuhan konsumen dan mencoba untuk menawarkan produk yang sesuai.					
20.	<i>Staff Marketing</i> berani menghadapi tantangan yang merupakan pengalaman baru pekerjaan yang sedang dilakukan.					
21.	<i>Staff Marketing</i> memperhatikan calon konsumen terhadap kebutuhan mereka untuk memilih produk yang sesuai.					
22.	<i>Staff Marketing</i> menghadiri seminar-seminar yang berkaitan dengan pekerjaan, untuk memperoleh wawasan yang lebih luas.					
23.	<i>Staff Marketing</i> membuat target jumlah investasi melebihi target yang sudah pernah dicapai sebelumnya.					
24.	<i>Staff Marketing</i> memahami kelebihan dari setiap produk yang dimiliki perusahaan.					
25.	<i>Staff Marketing</i> memacu diri untuk melakukan yang terbaik bagi perusahaan.					
26.	<i>Staff Marketing</i> merasakan suasana hati konsumen dalam					

	menerima penjelasan terkait produk yang ditawarkan.					
27.	<i>Staff Marketing</i> memberikan humor di sela-sela presentasi agar konsumen tidak merasa jenuh dan bosan.					

Ket :
SP : Sangat Penting
PT : Penting
KP : Kurang Penting
SR : Sering
JR : Jarang

No.	Pernyataan	Tingkat Kepentingan			Frekuensi	
		SP	PT	KP	SR	JR
	Untuk memenuhi Kinerja Efektif					
28.	<i>Staff Marketing</i> membuat target-target yang menantang bagi diri sendiri.					
29.	<i>Staff Marketing</i> memiliki empati terhadap konsumen mengenai ketertarikan terhadap produk yang ditawarkan.					
30.	<i>Staff Marketing</i> meningkatkan kinerja agar lebih baik dari sebelumnya.					
31.	<i>Staff Marketing</i> mengambil tindakan secara cepat dalam situasi yang mendesak, tanpa menunggu persetujuan dari atasan.					
32.	<i>Staff Marketing</i> menyediakan waktu kepada konsumen yang memerlukan bantuan.					

33.	<i>Staff Marketing</i> mampu bertanya kepada atasan, jika ada pendapat tidak sesuai dengan pendapat sendiri.					
34.	<i>Staff Marketing</i> mampu menyarankan kepada calon konsumen terkait produk yang ditawarkan yang sesuai dengan calon konsumen.					
35.	<i>Staff Marketing</i> mampu menjelaskan kepada calon konsumen setiap produk yang dimiliki perusahaan.					
36.	<i>Staff Marketing</i> menggunakan fakta dan data yang ada di lapangan, agar konsumen lebih memahami produk-produk yang ditawarkan.					
37.	<i>Staff Marketing</i> membuat langkah-langkah yang berkaitan dengan pencapaian kinerja dalam bekerja.					
38.	<i>Staff Marketing</i> memahami sikap konsumen selama menerima penjelasan mengenai produk perusahaan.					
39.	<i>Staff Marketing</i> mampu menyampaikan pernyataan untuk meyakinkan konsumen.					
40.	<i>Staff Marketing</i> membuat strategi kerja bagi diri sendiri yang dapat mempercepat pencapaian target.					
41.	<i>Staff Marketing</i> memberikan saran terkait produk yang ditawarkan sesuai dengan keinginan konsumen.					

Ket :
SP : Sangat Penting
PT : Penting
KP : Kurang Penting
SR : Sering
JR : Jarang

No.	Pernyataan	Tingkat Kepentingan			Frekuensi	
	Untuk memenuhi Kinerja Efektif	SP	PT	KP	SR	JR
42.	<i>Staff Marketing</i> mempersiapkan segala sesuatu sebelum melakukan pekerjaan.					
43.	<i>Staff Marketing</i> menjalin hubungan baik dengan mengetahui kebutuhan konsumen terkait produk perusahaan.					
44.	<i>Staff Marketing</i> bertanya kepada rekan kerja atau orang yang lebih memiliki pengalaman.					
45.	<i>Staff Marketing</i> memiliki waktu untuk membantu konsumen yang membutuhkan bantuan terkait produk perusahaan.					
46.	<i>Staff Marketing</i> mengajukan ide penyederhanaan cara kerja yang belum pernah dilakukan sebelumnya.					
47.	<i>Staff Marketing</i> mempelajari secara spesifik produk yang dimiliki oleh perusahaan.					
48.	<i>Staff Marketing</i> mengikuti diskusi yang berkaitan dengan pekerjaan yang sedang dilakukan untuk menambah informasi.					
49.	<i>Staff Marketing</i> memberikan informasi terbaru kepada konsumen agar menerima informasi yang berubah-ubah.					
50	<i>Staff Marketing</i> mengerti bagaimana perasaan konsumen					

	yang berhubungan dengan minat mereka terhadap produk perusahaan.					
51.	<i>Staff Marketing</i> memahami kebutuhan konsumen terhadap produk yang ditawarkan.					
52.	<i>Staff Marketing</i> membantu menyelesaikan masalah yang terjadi walaupun bukan merupakan tanggung jawab pribadi.					
53	<i>Staff Marketing</i> mencoba untuk mengetahui kebutuhan konsumen dan menjelaskan produk yang sesuai.					

Ket :
SP : Sangat Penting
PT : Penting
KP : Kurang Penting
SR : Sering
JR : Jarang

No.	Pernyataan	Tingkat Kepentingan			Frekuensi	
		SP	PT	KP	SR	JR
	Untuk memenuhi Kinerja Efektif					
54.	<i>Staff Marketing</i> siap menghadapi kondisi-kondisi yang tidak terduga.					
55.	<i>Staff Marketing</i> membangun kepercayaan calon konsumen dengan memberikan semua informasi terkait produk yang ditawarkan.					
56.	<i>Staff Marketing</i> mengikuti kursus-kursus tentang					

	pemasaran untuk menambah pengetahuan dan keahlian sebagai <i>marketing</i> .					
57.	<i>Staff Marketing</i> membuat metode kerja yang lebih inovatif agar kinerja dapat meningkat.					
58.	<i>Staff Marketing</i> memberikan pengarahannya yang berbeda jika pengarahannya yang sebelumnya kurang efektif.					
59.	<i>Staff Marketing</i> memahami kekurangan setiap produk yang dimiliki perusahaan.					
60.	<i>Staff Marketing</i> mencapai target secara sistematis.					

Ket :
SP : Sangat Penting
PT : Penting
KP : Kurang Penting
SR : Sering
JR : Jarang

LAMPIRAN 2

Kisi – kisi Alat Ukur Model Kompetensi pada Staff Marketing PT. MIF Bandung

No	Aspek General Competency	Indikator	No.Item & Pertanyaan	S P	P T	K P	S R	J R
1.	<i>Impact and Influence</i>	<ul style="list-style-type: none"> Menggunakan fakta, data, dan demonstrasi dalam rangka mempengaruhi orang lain. 	<p>1. <i>Staff Marketing</i> memberikan penjelasan mengenai hal-hal apa saja yang harus diketahui oleh konsumen, sehingga konsumen tertarik membeli produk.</p> <p>36. <i>Staff Marketing</i> menggunakan fakta dan data yang ada di lapangan, agar konsumen lebih memahami produk-produk yang ditawarkan.</p> <p>4. <i>Staff Marketing</i> memberikan alasan yang meyakinkan mengapa suatu produk pantas untuk di beli oleh konsumen.</p>					
		<ul style="list-style-type: none"> Memberikan informasi untuk memperoleh pengaruh tertentu. 	<p>12. <i>Staff Marketing</i> memberikan informasi penting kepada konsumen terkait produk, sehingga konsumen merasa percaya diri dalam berinvestasi.</p> <p>49. <i>Staff Marketing</i> memberikan informasi terbaru kepada konsumen agar selalu menerima informasi yang berubah-ubah.</p>					
		<ul style="list-style-type: none"> Melakukan tindakan untuk mengantisipasi situasi yang tidak diharapkan. 	<p>27. <i>Staff Marketing</i> memberikan humor di sela-sela presentasi agar konsumen tidak merasa jenuh dan bosan.</p> <p>58. <i>Staff Marketing</i> memberikan pengarahannya yang berbeda jika pengarahannya yang sebelumnya kurang efektif.</p>					

2.	Achievement Orientation	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat tolak ukur sendiri. 	<p>2. <i>Staff Marketing</i> menetapkan target yang akan dicapai dalam bekerja</p> <p>37. <i>Staff Marketing</i> membuat langkah-langkah yang berkaitan dengan pencapaian kinerja dalam bekerja.</p> <p>60. <i>Staff Marketing</i> mencapai target secara sistematis.</p>					
		<ul style="list-style-type: none"> • Memperbaiki perbuatan. 	<p>16. <i>Staff Marketing</i> berusaha melakukan yang terbaik dalam pekerjaan.</p> <p>25. <i>Staff Marketing</i> memacu diri untuk melakukan yang terbaik bagi perusahaan.</p> <p>30. <i>Staff Marketing</i> meningkatkan kinerja agar lebih baik dari sebelumnya.</p>					
		<ul style="list-style-type: none"> • Membuat <i>goal</i> yang menantang. 	<p>28. <i>Staff Marketing</i> membuat target-target yang menantang bagi diri sendiri.</p> <p>23. <i>Staff Marketing</i> membuat target jumlah investasi melebihi target yang sudah pernah dicapai sebelumnya.</p>					
		<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan inovasi dalam metode kerja. 	<p>57. <i>Staff Marketing</i> membuat metode kerja yang lebih inovatif agar kinerja dapat meningkat.</p> <p>17. <i>Staff Marketing</i> melakukan upaya-upaya untuk mereduksi kesalahan sehingga jumlah investasi tidak turun.</p>					
3.	Interpersonal Understanding	<ul style="list-style-type: none"> • Memahami sikap konsumen berdasarkan perilaku mereka. 	<p>3. <i>Staff Marketing</i> mengerti sikap konsumen dalam menerima presentasi yang disampaikan.</p> <p>38. <i>Staff Marketing</i> memahami sikap konsumen selama</p>					

			menerima penjelasan mengenai produk perusahaan.					
		<ul style="list-style-type: none"> Memahami minat konsumen dengan memperhatikan perasaan mereka. 	<p>29. <i>Staff Marketing</i> memiliki empati terhadap konsumen mengenai ketertarikan terhadap produk yang ditawarkan.</p> <p>50. <i>Staff Marketing</i> mengerti bagaimana perasaan konsumen yang berhubungan dengan minat mereka terhadap produk perusahaan.</p>					
		<ul style="list-style-type: none"> Memahami kebutuhan konsumen dengan memperhatikan suasana hati mereka. 	<p>51. <i>Staff Marketing</i> memahami kebutuhan konsumen terhadap produk yang ditawarkan.</p> <p>26. <i>Staff Marketing</i> merasakan suasana hati konsumen dalam menerima penjelasan terkait produk yang ditawarkan.</p>					
4.	<i>Initiative</i>	<ul style="list-style-type: none"> Mengambil kesempatan ketika memungkinkan. 	<p>5. <i>Staff Marketing</i> memanfaatkan waktu untuk menyelesaikan tugas-tugas di kantor.</p> <p>40. <i>Staff Marketing</i> membuat strategi kerja bagi diri sendiri yang dapat mempercepat pencapaian target.</p>					
		<ul style="list-style-type: none"> Menangani krisis dengan cepat dan efektif. 	<p>18. <i>Staff Marketing</i> berinisiatif menyelesaikan tugas, sekalipun bukan bagian diri sendiri.</p> <p>52. <i>Staff Marketing</i> membantu menyelesaikan masalah yang terjadi walaupun bukan merupakan tanggung jawab pribadi.</p> <p>13. <i>Staff Marketing</i> menentukan metode yang tepat agar masalah yang terjadi dapat ditangani dengan efektif.</p>					
		<ul style="list-style-type: none"> Melebihi batas kekuasaan formal. 	<p>31. <i>Staff Marketing</i> mengambil tindakan secara cepat dalam situasi yang mendesak, tanpa menunggu persetujuan dari atasan.</p>					

			46. <i>Staff Marketing</i> mengajukan ide penyederhanaan cara kerja yang belum pernah dilakukan sebelumnya.					
5.	Customer Service Orientation	<ul style="list-style-type: none"> Memberikan saran kepada konsumen dalam mengambil keputusan. 	6. <i>Staff Marketing</i> memberikan saran yang tepat mengenai produk yang sesuai dengan konsumen. 41. <i>Staff Marketing</i> memberikan saran terkait produk yang ditawarkan sesuai dengan keinginan konsumen. 15. <i>Staff Marketing</i> memberikan masukan kepada konsumen dalam mengambil keputusan sebelum memilih produk yang ditawarkan.					
		<ul style="list-style-type: none"> Mengetahui kebutuhan konsumen yang sesuai dengan produk perusahaan. 	19. <i>Staff Marketing</i> mengerti kebutuhan konsumen dan mencoba untuk menawarkan produk yang sesuai. 53. <i>Staff Marketing</i> mencoba untuk mengetahui kebutuhan konsumen dan menjelaskan produk yang sesuai. 14. <i>Staff Marketing</i> mengerti kesesuaian produk dengan kebutuhan dari konsumen.					
		<ul style="list-style-type: none"> Bersedia setiap saat jika konsumen membutuhkan bantuan yang menyangkut produk perusahaan. 	32. <i>Staff Marketing</i> menyediakan waktu kepada konsumen yang memerlukan bantuan. 45. <i>Staff Marketing</i> memiliki waktu untuk membantu konsumen yang membutuhkan bantuan terkait produk perusahaan.					
6.	Self Confidence	<ul style="list-style-type: none"> Yakin akan kemampuan yang dimiliki. 	7. <i>Staff Marketing</i> memiliki kepercayaan diri terkait tindakan yang dilakukan adalah benar dan tepat. 42. <i>Staff Marketing</i> mempersiapkan segala sesuatu sebelum melakukan pekerjaan.					

		<ul style="list-style-type: none"> • Menyukai tantangan pekerjaan. 	<p>20. <i>Staff Marketing</i> berani menghadapi tantangan yang merupakan pengalaman baru pekerjaan yang sedang dilakukan.</p> <p>54. <i>Staff Marketing</i> siap menghadapi kondisi-kondisi yang tidak terduga.</p>					
		<ul style="list-style-type: none"> • Mampu menyatakan pendapat baik terhadap atasan atau pada konsumen. 	<p>33. <i>Staff Marketing</i> mampu bertanya kepada atasan, jika ada pendapat tidak sesuai dengan pendapat sendiri.</p> <p>39. <i>Staff Marketing</i> mampu menyampaikan pernyataan untuk meyakinkan konsumen.</p>					
7.	Relationship Building	<ul style="list-style-type: none"> • Menjalin dan menjaga hubungan baik dengan konsumen dan memperoleh kepercayaan untuk menjual produk perusahaan. 	<p>8. <i>Staff Marketing</i> membangun kepercayaan dari konsumen dengan memberikan informasi yang valid terkait produk perusahaan.</p> <p>43. <i>Staff Marketing</i> menjalin hubungan baik dengan selalu mengetahui kebutuhan konsumen terkait produk perusahaan.</p>					
		<ul style="list-style-type: none"> • Menjalin hubungan dengan calon konsumen yang potensial dan menjaga kepercayaan agar memudahkan melakukan penjualan produk perusahaan. 	<p>21. <i>Staff Marketing</i> memperhatikan calon konsumen terhadap kebutuhan mereka untuk memilih produk yang sesuai.</p> <p>55. <i>Staff Marketing</i> membangun kepercayaan calon konsumen dengan memberikan semua informasi terkait produk yang ditawarkan.</p>					
8.	Information Seeking	<ul style="list-style-type: none"> • Mengumpulkan informasi secara sistematis dari berbagai sumber. 	<p>9. <i>Staff Marketing</i> mencari informasi melalui media-media, baik cetak maupun elektronik, yang berkaitan dengan pekerjaan.</p> <p>11. <i>Staff Marketing</i> mencari informasi terbaru agar mampu</p>					

			<p>mengembangkan pengetahuannya.</p> <p>44. <i>Staff Marketing</i> bertanya kepada rekan kerja atau orang yang lebih memiliki pengalaman.</p>					
		<ul style="list-style-type: none"> • Mengikuti kegiatan-kegiatan yang ada di luar perusahaan untuk menambah wawasan dan pengetahuan. 	<p>22. <i>Staff Marketing</i> menghadiri seminar-seminar yang berkaitan dengan pekerjaan, untuk memperoleh wawasan yang lebih luas.</p> <p>48. <i>Staff Marketing</i> mengikuti diskusi yang berkaitan dengan pekerjaan yang sedang dilakukan untuk menambah informasi.</p> <p>56. <i>Staff Marketing</i> mengikuti kursus-kursus tentang pemasaran untuk menambah pengetahuan dan keahlian sebagai <i>marketing</i>.</p>					
9.	Technical Expertise	<ul style="list-style-type: none"> • Menguasai setiap produk yang ditawarkan perusahaan. 	<p>10. <i>Staff Marketing</i> memahami produk-produk yang dimiliki oleh perusahaan.</p> <p>47. <i>Staff Marketing</i> mempelajari secara spesifik produk yang dimiliki oleh perusahaan.</p>					
		<ul style="list-style-type: none"> • Mengetahui kelebihan dan kekurangan setiap produk yang dimiliki perusahaan. 	<p>24. <i>Staff Marketing</i> memahami kelebihan dari setiap produk yang dimiliki perusahaan.</p> <p>59. <i>Staff Marketing</i> memahami kekurangan setiap produk yang dimiliki perusahaan.</p>					
		<ul style="list-style-type: none"> • Mampu menawarkan kepada konsumen dan menyarankan produk perusahaan yang sesuai dengan 	<p>35. <i>Staff Marketing</i> mampu menjelaskan kepada calon konsumen setiap produk yang dimiliki perusahaan.</p> <p>34. <i>Staff Marketing</i> mampu menyarankan kepada calon</p>					

		kebutuhan konsumen.	konsumen terkait produk yang ditawarkan yang sesuai dengan calon konsumen.					
--	--	---------------------	--	--	--	--	--	--

LAMPIRAN 3

Data Perhitungan Kompetensi Staff Marketing PT.MIF Kota Bandung																																				
Kompetensi	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S11	S12	S13	S14	S15	S16	S17	S18	S19	S20	S21	S22	S23	S24	S25	S26	S27	S28	S29	S30	S31	S32	S33	S34	S35	mean
Impact and Influence	4.48	5.42	5.1	5.12	5.55	4.48	5.42	5.8	5.12	5.55	4.88	5.42	5.96	5.12	4.97	5.55	5.91	4.88	5.42	5.96	5.12	4.97	5.55	5.91	4.79	4.5	5.29	5.98	5.06	5.9	4.78	5.95	4.88	5.42	4.6	5.28029
Achievement Orientation	4.5	5.6	5.01	5.03	4.99	4.5	5.3	5.2	5.03	5.82	4.5	5.6	5.11	5.8	4.99	4.5	5.6	5.01	5.03	4.99	4.98	5.6	5.01	5.69	4.99	4.88	5.6	5.01	5.03	4.99	4.5	5.6	5.01	5.03	4.99	5.11486
Interpersonal Understanding	4.66	5.3	4.98	4.99	4.55	4.59	5.06	4.98	5.1	5.6	4.66	5.3	4.78	4.99	4.66	5.3	4.98	4.99	4.66	5.3	4.98	4.99	4.66	5.3	4.98	4.99	4.66	5.3	4.98	4.99	4.66	5.3	4.98	4.8	5.4	4.98286
Initiative	3	5.42	4.11	4.21	3.83	3.39	5.26	4.21	4.93	3.83	4.48	4.11	4.21	3.83	3.9	5.2	4.21	4.93	3.83	5.42	4.11	3.82	3.83	3.68	4.6	4.21	4.21	3.83	4.21	3.83	3.39	4.96	4.21	4.93	3.5	4.218
Customer Service Orientation	5.5	5.55	5.52	5.26	4.98	5.5	5.55	5.52	5.26	5.94	5.72	5.86	5.5	5.66	5.1	5.7	5.42	5.59	5.01	5.95	5.36	4.82	5.81	5.93	5.49	5.79	5.75	5.5	5.89	5.4	5.59	5.89	4.95	5.5	5.7	5.52743
Self-Confidence	4.66	4.8	3.89	4.52	5.5	4.66	4.8	4.73	4.52	4.68	4.2	4.8	4.73	4.52	4.29	4.52	4.8	4.73	4.52	4.8	4.66	5.6	4.73	4.52	4.8	4.79	4.8	4.69	4.52	4.05	3.89	4.8	4.98	5.6	5.3	4.69714
Relationship Building	5.25	5.55	5.4	5.25	5.1	5.25	5.55	5.4	5.25	5.1	5.39	5.5	5.8	5.12	5.66	5.96	4.99	5.78	5.96	5.03	5.55	4.85	5.92	5.33	5.45	5.93	4.78	4.836	5.29	5.46	5.9	5.39	5.51	5.09	5.96	5.41531
Information Seeking	4.66	4.8	3.89	4.52	5.5	4.66	4.8	4.73	4.52	4.68	4.2	4.8	4.73	4.52	4.29	4.52	4.8	4.73	4.52	4.8	4.66	5.6	4.73	4.52	4.8	4.79	4.8	4.69	4.52	4.05	5.3	4.8	4.98	5.6	5.3	4.73743
Technical Expertise	5.01	4.92	4.82	5.2	5.02	5.01	4.82	5.3	5.05	5.02	5.01	5.09	4.82	5.3	5.02	5.01	5.14	4.78	5.03	5.02	5.01	4.82	4.82	5.03	5.02	5.01	4.84	5.4	5.03	5.02	5.01	5.2	4.89	5.03	5.02	5.01543