

ABSTRAK

Pada masa sekarang ini persaingan dalam dunia usaha semakin ketat. Untuk itu setiap jenis usaha harus melakukan proses pemasaran yang efektif dan efisien serta tepat sasaran. Salah satu proses pemasaran adalah personal selling, personal selling merupakan salah satu faktor dalam usaha meningkatkan penjualan. Oleh karena itu untuk menghasilkan penjualan yang baik maka diperlukan sistem pemasaran yang benar.

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana peranan personal selling dalam meningkatkan penjualan pada Berkat Jaya Teknik. Berkat Jaya Teknik adalah usaha yang bergerak dalam bidang manufaktur yang menjual aneka macam spare part mesin yang terletak di kota Bandung, Jawa Barat.

Metode yang digunakan terdiri dari analisis kualitatif dan kuantitatif. Untuk analisis kualitatif digunakan metode survey, dimana penulis membuat sejumlah kuesioner dengan menggunakan metode sampling untuk mengetahui pendapat responden mengenai kinerja peranan personal selling yang dilakukan.

Sedangkan untuk analisis kuantitatif digunakan metode statistik yaitu analisis korelasi pearson, untuk mengetahui seberapa besar peranan personal selling dalam meningkatkan penjualan. Berdasarkan hasil perhitungan untuk tahun 2000-2005 diperoleh $r = 0,85$ yang berarti adanya hubungan korelasi yang cukup kuat dan searah antara biaya personal selling terhadap peningkatan penjualan. Sedangkan untuk koefisien determinasi diperoleh 72,25% yang menunjukkan seberapa besar hubungan antara biaya personal selling terhadap peningkatan penjualan dan untuk sisanya 27,75% dipengaruhi oleh faktor – faktor lain.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	4
1.4 Kegunaan Penelitian	4
1.5 Kerangka Pemikiran	5
1.6 Metode Penelitian	9
1.6.2 Jenis dan Sumber Data	9
1.6.3 Teknik Pengumpulan Data	9
1.7 Lokasi Penelitian	10

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Pemasaran	11
2.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	12
2.3 Bauran Pemasaran	13
2.3.1 Produk	14
2.3.2 Price	18
2.3.3 Place	18
2.3.4 Promotion	19
2.4 Pengertian Personal Selling	20
2.4.1 Tiga Aspek Utama Personal Selling	22
2.4.2 Jenis – Jenis Personal Selling	24
2.4.3 Ciri – Ciri atau Sifat – Sifat Personal Selling	25
2.4.4 Kelebihan dan Kelemahan Personal Selling	26
2.4.5 Bentuk – Bentuk Personal Selling	27
2.4.6 Syarat – Syarat Personal Selling	27
2.4.7 Tugas Personal Selling	28
2.4.8 Tujuan Personal Selling	29
2.5 Pengertian Penjualan	30
2.5.1 Proses Penjualan Yang Efektif	31
2.6 Peranan Personal Selling Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan	33

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian	35
3.2 Metode Penelitian Yang Digunakan	36
3.3 Operasional Variabel	36
3.4 Jenis dan Sumber Data	38
3.5 Teknik Pengumpulan Data	39
3.6 Metode Analisis	39

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Sejarah Singkat Perusahaan	43
4.2 Struktur Organisasi	44
4.3 Pelaksanaan Personal Selling di Berkat Jaya Teknik	48
4.3.1 Persiapan Personal Selling	48
4.3.2 Penyeleksian Salesman	51
4.3.3 Training Salesman	52
4.3.4 Pemberian Kompensasi	53
4.3.5 Evaluasi Terhadap Salesman	53
4.4 Pengolahan Data Analisis Kualitatif	53
4.4.1 Tanggapan Responden Terhadap Kegiatan Personal Selling	53
4.4.2 Analisis Pembahasan Atribut Volume Penjualan	60
4.5 Peranan Personal Selling Dalam Meningkatkan Penjualan	67
4.5.1 Biaya Personal Selling dan Penjualan	68
4.5.2 Tabel Pengolahan Data	69

4.5.3 Analisa Regresi	70
4.5.4 Analisa Korelasi	70
4.5.5 Koefisien Determinan	71
4.5.6 Pengujian Hipotesa	71

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	74
5.2 Saran	76

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

No		Halaman
Tabel		
3-1	Operasional Variabel.....	37
4.1	Pendapat responden tentang kemampuan salesman dalam mencari konsumen	54
4.2	Pendapat responden tentang kemampuan salesman dalam menjual spare part mesin.....	54
4.3	Pendapat responden tentang kemampuan salesman dalam mengkomunikasikan informasi.....	55
4.4	Pendapat responden tentang kemampuan salesman dalam mengumpulkan informasi.....	56
4.5	Pendapat responden tentang pelayanan salesman kepada konsumen.....	56
4.6	Pendapat responden tentang tanggapan salesman terhadap keluhan atau masukan konsumen.....	57
4.7	Pendapat responden tentang perlengkapan yang dibawa oleh.....	58
4.8	Pendapat responden tentang penampilan dan kepribadian.....	58

4.9	Pendapat responden tentang salesman yang ramah dan sopan.....	59
4.10	Pendapat responden tentang ketepatan waktu dalam pengiriman produk	60
4.11	Pendapat responden mengenai jenis sparepart mempengaruhi penjualan	61
4.12	Pendapat responden mengenai selera konsumen mempengaruhi penjualan	61
4.13	Pendapat responden mengenai jenis mesin yang rusak mempengaruhi penjualan	62
4.14	Pendapat responden mengenai daya tahan spare part mempengaruhi penjualan	63
4.15	Pendapat responden mengenai merek spare part mempengaruhi penjualan.....	63
4.16	Pendapat responden mengenai penampilan dan kepribadian salesman mempengaruhi penjualan	64
4.17	Pendapat responden mengenai keramahan dan kesopanan salesman mempengaruhi penjualan.....	65
4.18	Pendapat responden mengenai ketepatan waktu mempengaruhi penjualan	65
4.19	Pendapat responden mengenai tanggapan dari salesman.....	66

4.20	Pendapat responden mengenai pelayanan salesman mempengaruhi penjualan.....	67
4.21	Tabel biaya personal selling dan penjualan.....	68
4.22	Tabel pengolahan data.....	69

DAFTAR GAMBAR

No Gambar		Halaman
2-1	Tahap – tahap penjualan yang efektif.....	31
4-1	Struktur Organisasi Perusahaan.....	44
4-2	Distribusi t.....	73

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

- 1 Surat Penelitian Untuk Penyusunan Skripsi
- 2 Kuesioner