

ABSTRAK

Skripsi ini membahas analisa pengaruh biaya penjualan pribadi terhadap peningkatan volume penjualan pada outlet Queen Cellular. Outlet ini dalam aktivitas sehari-harinya menggunakan salah satu teknik pemasarannya yaitu melalui penjualan pribadi (*personal selling*).

Kegiatan penjualan pribadi yang terjadi di outlet ini cukup sederhana yaitu dimulai dengan direkrutnya wiraniaga, seleksi dan pelatihan dalam melaksanakan penjualan. Dalam pelaksanaan kegiatan promosi melalui penjualan pribadi ini, diperlukan biaya-biaya yang mendukung aktivitas penjualan pribadi yang diharapkan dapat meningkatkan hasil penjualan. Termasuk di dalamnya yaitu : biaya gaji dan upah, biaya komisi, biaya bonus, dan biaya lain-lain sebagai biaya penunjang aktivitas penjualan pribadi.

Untuk mengetahui pengaruh biaya penjualan pribadi terhadap peningkatan volume penjualan, dilakukan perhitungan analisa koefisien korelasi antara tahun 2003 sampai 2004. Setelah melalui analisa koefisien korelasi ini, diperoleh $r = 0,8246$ yang mengandung arti bahwa kenaikan biaya penjualan pribadi sangat mempengaruhi peningkatan hasil penjualan. Berdasarkan perhitungan analisa koefisien determinasi, maka diperoleh $K_d = 68 \%$, artinya pengaruh biaya penjualan pribadi berpengaruh terhadap hasil penjualan sebesar 68% . Berdasarkan pengujian hipotesis, maka diperoleh t hitungan $6,84 > t$ table $1,7171$. Hal ini berarti terdapat pengaruh yang sangat kuat antara biaya penjualan pribadi dengan volume penjualan. Dari pertimbangan analisa tersebut disimpulkan secara keseluruhan bahwa biaya penjualan pribadi yang terjadi mempengaruhi peningkatan volume penjualan pada outlet Queen Cellular sebesar 68% sedangkan sisanya adalah faktor-faktor lain seperti penetapan harga, lokasi dan keadaan pasar.

Akhir penelitian sampai pada kesimpulan akhir bahwa pada kenyataannya dilapangan, Queen Cellular telah melaksanakan proses pelaksanaan penjualan pribadi dengan baik melalui langkah-langkah pengelolaan penjualan pribadinya dan berusaha untuk menciptakan biaya yang seefektif dan seefisien mungkin dalam usahanya mencapai peningkatan volume penjualan. Dan sebagai masukan bagi perusahaan, sebaiknya Queen Cellular mencari alternatif jenis pelatihan dan pengelolaan terhadap wiraniaganya sebagai sumber daya manusia yang dapat meningkatkan produktivitas perusahaan sehingga tujuan perusahaan dalam meningkatkan volume penjualan dapat tercapai sesuai harapan. Agar lebih baik lagi, Queen Cellular sebaiknya selalu membina hubungan baik dengan pelanggan tetapnya dengan memberikan rangsangan bonus kepada konsumen setianya sehingga tercipta image yang baik dimata konsumen yang lama maupun yang baru. Hal ini dimaksudkan agar kontinuitas perusahaan dapat terjaga untuk saat ini dan untuk masa yang akan datang.

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
 Bab 1 Pendahuluan	
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Identifikasi Masalah	3
1.3. Tujuan Penelitian	4
1.4. Kegunaan Penelitian	4
1.5. Kerangka Pemikiran	5
1.6. Metodologi Penelitian	10
1.7. Lokasi Penelitian	11
 Bab 2 Tinjauan Pustaka	
2.1. Pengertian manajemen pemasaran	15
2.2. Pengertian bauran pemasaran	16
2.3. Pengertian bauran promosi	27
2.4. Pengertian penjualan pribadi	31
2.5. Hubungan antara biaya penjualan pribadi dengan volume penjualan ...	54
 Bab 3 Metodologi Penelitian	
3.1. Objek Penelitian	57

3.2. Metode yang digunakan	57
3.3. Operasionalisasi variabel	58
3.4. Jenis dan Sumber Data	60
3.5. Metode pengumpulan data	60
3.6. Metode Analisis	62
3.7. Validitas dan Realibilitas	66
 Bab 4 Hasil Penelitian dan Pembahasan	
4.1. Gambaran Umum Perusahaan	68
4.2. Pengelolaan penjualan pribadi pada Queen Cellular	72
4.3. Pelaksanaan aktivitas penjualan pribadi pada Queen Cellular	76
4.4. Biaya Penjualan Pribadi	79
4.5. Analisa pengaruh biaya penjualan pribadi terhadap volume penjualan.....	87
 Bab 5 Kesimpulan dan Saran	
5.1. Kesimpulan	101
5.2. Saran	102

DAFTAR PUSTAKA

RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN

Daftar Gambar

	Halaman
Gambar 1.1. Bagan Kerangka Pemikiran	7
Gambar 2.1. Kurva Permintaan	55
Gambar 4.1. Grafik Biaya Penjualan Pribadi Tahun 2003-2004	82
Gambar 4.2. Grafik Volume Penjualan Tahun 2003-2004	88
Gambar 4.3. Grafik perbandingan volume penjualan dengan total biaya penjualan pribadi tahun 2003-2004	91
Gambar 4.4. Kurva hasil pengujian hipotesa	100