

**PENGARUH KINERJA *PERSONAL SELLING* TERHADAP
VOLUME PENJUALAN PADA PT. REMAJA ROSDAKARYA
(Sensus pada *Salesman* PT. Remaja Rosdakarya)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Menempuh Ujian Sidang Sarjana Pendidikan
Program Pendidikan Tata Niaga
Jurusan Pendidikan Ekonomi



Oleh
FITRIA TRISNASARI
032732

**FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
2008**




LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH KINERJA *PERSONAL SELLING* TERHADAP
VOLUME PENJUALAN PADA PT. REMAJA ROSDAKARYA
(Sensus pada *Salesman* PT. Remaja Rosdakarya)**


Skripsi ini Disetujui dan Disahkan oleh:

Pembimbing I



Dr. Ratih Hurriyati, M.Si.
NIP. 132 044 284


Pembimbing II



Sunanta Syarif, SE.
NIP. 131 570 042


Mengetahui,

Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi
FPIPS Universitas Pendidikan Indonesia



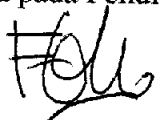
Dr. H. Edi Suryadi, M.Si
NIP. 131 626 694

Ketua Program Studi
Pendidikan Tata Niaga



Dr. Ratih Hurriyati, M.Si.
NIP. 132 044 284

Tanggung Jawab Yuridis
Ada pada Penulis



Fitria Trisnasari
032732

Skripsi ini diuji pada:

Hari/Tanggal : 5 Maret 2008
Waktu : 08.00 s.d selesai
Tempat : Lab. Tata Niaga Jurusan Pendidikan Ekonomi
Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial
Universitas Pendidikan Indonesia

Panitia ujian terdiri dari :

1. Ketua : Prof. Dr. H. Suwarna Al Muchtar, SH., M.Pd.
2. Sekretaris : Dr. H. Edi Suryadi, M.Si.
3. Anggota : Dr. H. Aim Abdulkarim, M.Pd. (Pembantu Dekan I)
Dr. Ratih Hurriyati, M.Si. (Ketua Program)
4. Penguji I : Drs. Hari Mulyadi, M.Si.
5. Penguji II : Drs. Girang Razati, M.Si.
6. Penguji III : Drs. Bambang Widjajanta

*"Allah kelak akan memberikan kelapangan sesudah
kesempitan (kesusahan)" (QS. Athi – Thalaq 65:7)*

*Bersemangatlah memperoleh apa yang bermanfaat bagimu,
mohonlah pertolongan Allah dan janganlah sekali-kali merasa
tak berdaya.*

(H.R. Bukhori dan Muslim)

*Kupersembahkan Karya ini
Sebagai salah satu wujud kecil hamba-Nya terhadap
Dzat yang Tercinta Allah Rabbul Izzati
Tanda Bakti ku persembahkan Untuk
Mama dan Papa Tersayang
Jalinan kasih sayang kuhaturkan
untuk kakak-kakakku dan adik tercinta
suami yang menyayangiku dengan tulus,
serta saudara, sahabat dan guru-guruku*



ABSTRAK

Fitria Trisnasari, Pengaruh Kinerja *Personal Selling* Terhadap Volume Penjualan pada PT. Remaja Rosdakarya (Sensus pada *Salesman* PT. Remaja Rosdakarya), dibawah bimbingan Dr. Ratih Hurriyati, M.Si dan Sunanta Syarif. SE.

Dunia usaha saat ini menghadapi tantangan baru untuk meningkatkan kompetensinya secara strategis dan cepat merebut pangsa pasar yang belum dikuasainya. Maka dari itu dibutuhkan faktor-faktor yang dapat mengendalikan aktivitas perusahaan, salah satunya dengan adanya optimalisasi dari penggunaan sumber daya manusia yang memiliki kinerja yang baik, disertai dengan loyalitas, dan dedikasi yang tinggi pula.

Salah satu industri percetakan yang berhasil merebut pangsa pasar adalah PT. Remaja Rosdakarya. Kegiatan operasional yang dilakukan oleh PT. Remaja Rosdakarya yaitu menggunakan *personal selling* dalam bauran promosinya yang terdiri dari mencari pelanggan dan melakukan kualifikasi, pendekatan pendahuluan, pendekatan, presentasi dan peragaan, mengatasi keberatan, penutupan penjualan, dan tindak lanjut dan pemeliharaan. Penelitian ini bersifat *deskriptif verifikatif*, dan metode yang digunakan adalah *survey explanatory*. Populasi penelitian ini adalah bagian pemasaran PT. Remaja Rosdakarya, yakni keseluruhan *salesman* PT. Remaja Rosdakarya yang berjumlah 15 orang. Adapun teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *personal selling* mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap volume penjualan. Pengaruh *personal selling* terhadap volume penjualan secara keseluruhan adalah sebesar 69,9%, sedangkan variabel lain yang mempengaruhi volume penjualan sebesar 30,1%. Secara keseluruhan kinerja *personal selling* PT. Remaja Rosdakarya belum memuaskan di mata perusahaan. Adapun saran yang diberikan kepada *personal selling* PT. Remaja Rosdakarya adalah meningkatkan frekuensi pencarian pelanggan dan melakukan kualifikasi calon pelanggan dengan tenggang waktu antara dua sampai tiga minggunya agar dapat meningkatkan jumlah calon pelanggan.



KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan Kehadirat Allah SWT yang atas Qudrah Iradah-Nya telah melimpahkan rahmat, taufik dan hidayah sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **Pengaruh Kinerja *Personal Selling* Terhadap Volume Penjualan pada PT. Remaja Rosdakarya** (Sensus pada *Salesman* PT. Remaja Rosdakarya). Shalawat serta salam semoga senantiasa terlimpah curahkan kepada junjungan yang mulia Nabi Muhammad SAW, kepada keluarganya, sahabatnya dan umatnya sampai akhir zaman.

Skripsi ini disusun untuk mengetahui gambaran kinerja *personal selling* dan volume penjualan serta seberapa besar pengaruh di antara keduanya.

Dalam penulisan skripsi ini penulis telah berusaha dengan sebaik-baiknya dan semaksimal mungkin. Akan tetapi jika terdapat kekurangan dan kesalahan, dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan skripsi ini. Namun demikian, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat serta menjadi sumbangan yang berarti bagi kemajuan pendidikan.

Bandung, Januari 2008

Fitria Trisnasari



UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan Syukur penulis panjatkan kehadiran Illahi Robbi yang telah memberikan nikmat sehat dan nikmat iman sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian, karena penelitian ini tidak akan terwujud tanpa pertolongan-Nya. Pada kesempatan ini penulis juga mengucapkan terima kasih yang sangat dalam dan penghargaan setinggi-tingginya kepada pihak-pihak yang membantu penyelesaian skripsi ini khususnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Sunaryo Kartadinata, M.Pd. selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia.
2. Bapak Prof. Dr. H. Suwarma Al Muchtar, SH, M.Pd. selaku Dekan Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Universitas Pendidikan Indonesia.
3. Bapak Dr. H. Edi Suryadi, M.Si. selaku Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi FPIPS Universitas Pendidikan Indonesia.
4. Bapak Drs. H. Hari Mulyadi M.Si selaku Ketua Tim Pengembangan Penulisan Skripsi.
5. Ibu Dr. Ratih Hurriyati, M.Si. selaku Ketua Program Studi Pendidikan Tata Niaga Jurusan Pendidikan Ekonomi FPIPS Universitas Pendidikan Indonesia, dan selaku Pembimbing I, yang telah memberikan pengalaman yang berharga bagi penulis dan senantiasa membimbing serta dengan kesabaran dan ketelitian serta meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran di tengah kesibukan beliau sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

6. Bapak Sunanta Sarif, SE. selaku Pembimbing II telah membimbing serta memberikan pengarahan, kemudahan, dan kelancaran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak Lili Adi Wibowo, S.Sos., S.Pd., MM. selaku sekretaris Tim Pengembangan Penulisan Skripsi yang telah berbaik hati membimbing penulis selama pembuatan proposal skripsi.
8. Segenap Dosen dan Staf Program Studi Pendidikan Tata Niaga yang telah memberikan bimbingan dan bantuan bagi penulis dalam menyelesaikan studi di Universitas Pendidikan Indonesia.
9. Segenap karyawan PT. Remaja Rosdakarya Bandung yang telah membantu dan memberi kemudahan bagi penulis selama proses penelitian di lapangan hingga menyebar kuesioner.
10. Bunga Matahari, Ika, Fitri, Vivi, Femy, Paul, Cecep, Siti, sahabat yang selalu mendukung, berbagi suka maupun duka.
11. Teman-teman seperjuangan menghadapi ujian sidang, Icha, yanti, nuy, evi, abuy, obet, dado, yudi, n faisal.
12. Rekan-rekan Tata Niaga angkatan 2003 atas kebersamaan selama kuliah dengan segala situasi dan kondisi yang telah kita lalui bersama. Semoga di masa depan kita bisa mengaplikasikan ilmu yang telah kita peroleh.
13. Suamiku tersayang Gardha Szchwactya Yudha, S.Ip. terima kasih banyak atas segala kesabaran, kasih sayang, doa, dan waktu, yang senantiasa dicurahkan bagi penulis dalam penyelesaian skripsi ini

14. Anaku Argya Nanda Pratama tercinta, sebagai motivasi dalam penulisan skripsi ini.

Terima kasih yang teristimewa pada Ayahanda (Alm. Wawan Sutrisna) dan Ibunda (Ani Irianti) yang senantiasa memberikan dukungan moril dan materiil pada Ananda dari sejak lahir hingga saat ini, yang senantiasa berdoa untuk kesuksesan Ananda, tak akan ada yang bisa menggantikan cinta kalian untukku. Kakaku serta Adikku tercinta penulis ucapkan terima kasih atas dukungan, motivasi dan kasih sayang selama penyusunan skripsi ini. Tak lupa penulis haturkan terima kasih kepada Keluarga M. Isyadi Lukito, SE. Semoga Allah SWT memberikan balasan atas kemurahan dan amal baik semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Amin.

Bandung, Februari 2008

Fitria Trisnasari



DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
UCAPAN TERIMA KASIH	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah	7
1.2.1 Identifikasi Masalah	7
1.2.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	9
1.3.1 Tujuan Penelitian	9
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	10
1.4 Kerangka Pemikiran	11
1.5 Asumsi	17
1.6 Hipotesis	18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Konsep Pemasaran	20
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	20

2.1.2 Bauran Pemasaran.....	21
2.1.2.1 <i>Product</i>	22
2.1.2.2 <i>Price</i>	25
2.1.2.3 <i>Place</i>	27
2.1.2.4 <i>Promotion</i>	28
2.1.3 Bauran Promosi.....	29
2.2 <i>Personal Selling</i>	34
2.2.1 Pengertian <i>Personal Selling</i>	34
2.2.2 Fungsi <i>Personal Selling</i>	38
2.2.3 Sasaran <i>Personal Selling</i>	40
2.2.4 Prosedur dan Faktor yang Harus Diperhatikan dalam <i>Personal Selling</i>	41
2.2.5 Kinerja <i>Personal Selling</i>	42
2.2.6 Kriteria <i>Personal Selling</i>	46
2.3 Volume Penjualan.....	52
2.3.1 Pengertian Volume Penjualan.....	52
2.3.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Volume Penjualan.....	53
2.3.3 Bauran Promosi.....	73
2.4 Pengaruh <i>Personal Selling</i> Terhadap Volume Penjualan.....	56

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian.....	58
3.2 Metode Penelitian.....	58
3.2.1 Jenis Metode Penelitian.....	58
3.2.2 Operasionalisasi Variabel.....	61

3.2.3 Jenis dan Sumber Data	65
3.2.4 Populasi	66
3.2.4.1 Sampel dan Tehnik Sampling	67
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data.....	67
3.3 Pengujian Validitas dan Reliabilitas	67
3.3.1 Hasil Pengujian Validitas Instrumen.....	71
3.3.2 Hasil Pengujian Reliabilitas Instrumen	72
3.4 Teknik Analisis Data.....	75
3.4.1 Rancangan Uji Hipotesis	82

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Objek Penelitian.....	84
4.1.1 Sejarah Perusahaan.....	84
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	86
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Demografi dan Pengalaman	93
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Demografi	93
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	98
4.3 Tanggapan Responden Terhadap Kinerja <i>Personal Selling</i>	101
4.4 Gambaran Volume Penjualan PT. Remaja Rosdakarya.....	124
4.5 Pengujian Hipotesis dan Pembahasan	129
4.5.1 Pengujian Hipotesis.....	129
4.5.2 Pembahasan.....	133
4.5.2.1 Gambaran <i>Personal Selling</i> di PT. Remaja Rosdakarya.....	133

4.5.2.2	Gambaran Volume Penjualan di PT. Remaja Rosdakarya.....	137
4.5.2.3	Pembahasan Pengaruh <i>Personal Selling</i> Terhadap Volume Penjualan	139
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI.....		141
5.1	Kesimpulan.....	141
5.2	Rekomendasi	142
DAFTAR PUSTAKA		144
LAMPIRAN-LAMPIRAN		146



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Penjualan Per Tahun	2
Tabel 1.2	Jumlah Pendapatan-Target Penjualan	3
Tabel 1.3	Pencapaian Target Penjualan (2004-2006).....	5
Tabel 1.4	Sub Total Poin Kualitas dan Produktivitas Kerja	6
Tabel 1.5	Keterangan Ketentuan Kontrak Kerja <i>Personal Selling</i>	6
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel.....	61
Tabel 3.2	Jenis dan Sumber Data	65
Tabel 3.3	Pedoman Untuk Memberikan Klasifikasi Pengujian Hubungan..	69
Tabel 3.4	Hasil Pengujian Validitas Instrumen.....	71
Tabel 3.5	Hasil Pengujian Relisibilitas Instrumen	73
Tabel 3.6	Uji Normalitas Logaritma	76
Tabel 3.7	Kriteria Penafsiran Hasil Perhitungan Responden.....	76
Tabel 4.1	Karakterisrik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	93
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	94
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	96
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan	97
Tabel 4.5	Pengalamn Responden Berdasarkan Lamanya Bekerja.....	99
Tabel 4.6	Pengalamn Responden Berdasarkan Pengalamn Bekerja	100
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Mencari Pelanggan dan Melakukan Kualifikasi.....	102
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Mencari Pelanggan dan Melakukan Kualifikasi.....	102

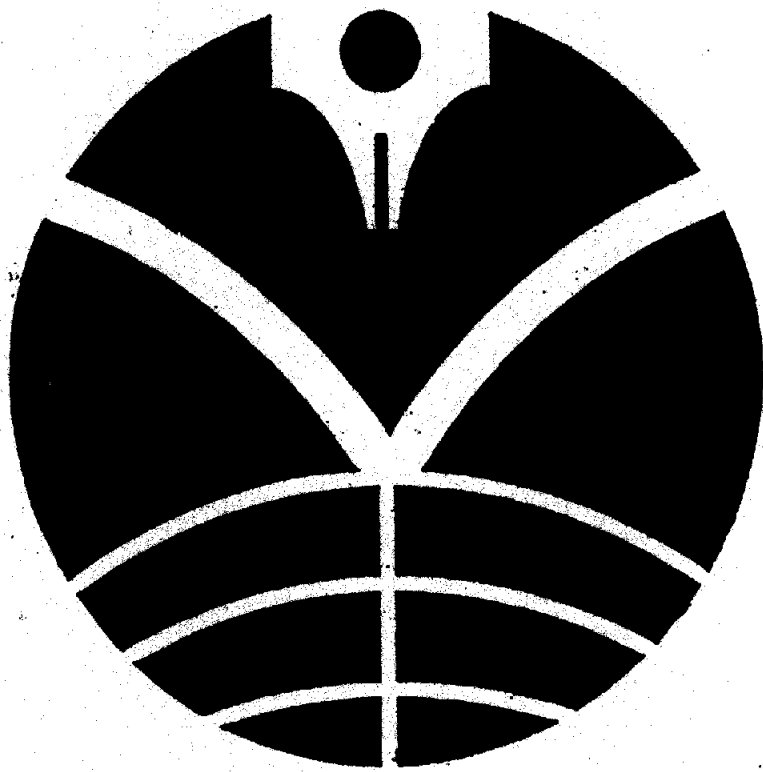
Tabel 4.9	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Pendekatan Pendahuluan.....	105
Tabel 4.10	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Pendekatan	108
Tabel 4.11	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Pendekatan	108
Tabel 4.12	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Presentasi dan Peragaan	111
Tabel 4.13	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Presentasi dan Peragaan	111
Tabel 4.14	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Mengatasi Keberatan.....	115
Tabel 4.15	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Penutupan Penjualan	117
Tabel 4.16	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Penutupan Penjualan	117
Tabel 4.17	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Tindak Lanjut dan Pemeliharaan	120
Tabel 4.18	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Tindak Lanjut dan Pemeliharaan	120
Tabel 4.19	Volume Penjualan PT. Remaja Rosdakarya.....	124
Tabel 4.20	Volume Penjualan PT. Remaja Rosdakarya.....	124
Tabel 4.21	Volume Penjualan PT. Remaja Rosdakarya.....	125
Tabel 4.22	Volume Penjualan PT. Remaja Rosdakarya.....	125
Tabel 4.23	Model Summary	129
Tabel 4.24	Output Anova	130
Tabel 4.25	Output Koefisien Regresi	130
Tabel 4.26	Rekapitulasi Indikator <i>Personal Selling</i>	133
Tabel 4.27	Rekapitulasi Indikator Volume Penjualan.....	137



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Kerangka Pemikiran.....	16
Gambar 1.2	Paradigma Penelitian.....	17
Gambar 2.1	Lima Level Produk.....	23
Gambar 2.2	Enam Tahap dalam <i>Personal Selling</i>	37
Gambar 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	94
Gambar 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	95
Gambar 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir ...	96
Gambar 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan	94
Gambar 4.5	Pengalaman Responden Berdasarkan Lama Bekerja.....	100
Gambar 4.6	Pengalaman Responden Berdasarkan Pengalamn Bekerja.....	101
Gambar 4.7	Tanggapan Responden Dimensi Mencari Pelanggan dan Melakukan Kualifikasi	104
Gambar 4.8	Tanggapan Responden Dimensi Mencari Pelanggan dan Melakukan Kualifikasi	104
Gambar 4.9	Tanggapan Responden Dimensi Pendekatan Pendahuluan	107
Gambar 4.10	Tanggapan Responden Dimensi Pendekatan.....	110
Gambar 4.11	Tanggapan Responden Dimensi Pendekatan.....	110
Gambar 4.12	Tanggapan Responden Dimensi Presentasi dan Peragaan	113
Gambar 4.13	Tanggapan Responden Dimensi Presentasi dan Peragaan	114
Gambar 4.14	Tanggapan Responden Dimensi Mengatasi Keberatan.....	116
Gambar 4.15	Tanggapan Responden Dimensi Penutupan Penjualan	119
Gambar 4.16	Tanggapan Responden Dimensi Penutupan Penjualan	119

Gambar 4.17	Tanggapan Responden Dimensi Tindak Lanjut dan Pemeliharaan.....	123
Gambar 4.18	Tanggapan Responden Dimensi Tindak Lanjut dan Pemeliharaan.....	123
Gambar 4.19	Volume Penjualan PT. Remaja Rosdakarya.....	127
Gambar 4.20	Volume Penjualan PT. Remaja Rosdakarya.....	127
Gambar 4.21	Volume Penjualan PT. Remaja Rosdakarya.....	128
Gambar 4.22	Volume Penjualan PT. Remaja Rosdakarya.....	128
Gambar 4.23	Diagram Garis Linear <i>Personal Selling</i> Terhadap Volume Penjualan.....	131



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Instrumen Penelitian
- Lampiran 2 Koding Data
- Lampiran 3 Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 4 Teknik analisis Data
- Lampiran 5 Nilai r Product Moment
- Lampiran 6 Surat Keterangan Penelitian
 - SK Skripsi
 - Agenda Bimbingan
 - Daftar Riwayat Hidup



DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Baihaki & M. Sudrajat, Perancangan dan Analisa Percobaan, Jilid I edisi II, Bandung, Bagian Statistika Fakultas Pertanian UNPAD
- Basu Swasta, 1996, Azaz-azaz Marketing, Yogyakarta. Liberty
- Basu Swasta, 2003, Manajemen Pemasaran, Yogyakarta, Liberty
- Buchari Alma, 2004, Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung, Alfabeta
- E. Jerome. Mc Charty, 2001, Dasar-dasar Pemasaran, Jakarta, Erlangga
- Fandi Tjiptono, 2002, Strategi Pemasaran, Yogyakarta: Andi
- Hermawan Kertajaya, 2002, Marketing Plus 2000 Siasat Memenangkan Persaingan Global, Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama
- Mesak Simanjuntak, 2000, Manajemen Penjualan. Jakarta. YPIM
- Nazir, Moh., 2003, Metode Penelitian, Jakarta; Ghalia Indonesia
- Philip Kotler, 2005, Manajemen Pemasaran. Jakarta. Prehalindo
- Philip Kotler, 2003, Marketing Manajemen. Jakarta. Prenhall
- Riduwan, 2004, Metode dan Tehnik Menyusun Tesis, Alfabeta, Bandung
- Siswanto Utojo, 1999, Kerangka Dasar Manajemen Pemasaran, Jakarta, Binawan Presindo
- Singarimbun, Masri, 1989, Metode Penelitian Survai, Jakarta.
- Sugiyono, 2004, Metode Penelitian Bisnis, Cetakan keenam, Bandung; CV Alfabeta.
- Sudjana, 1997, Metoda Statistika, Bandung: Tarsito.
- Suharsimi Arikunto, 2002, Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis, Jakarta: Rineka Cipta

[www. Rosda.co.id](http://www.Rosda.co.id)

www.google.com

Majalah/Jurnal/Karya Ilmiah:

Jurnal Sains Pemasaran Indonesia, 2002, Edisi Mei, Bandung.

Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa, 2004, Edisi Maret, Jakarta, Fakultas
Ekonomi Trisakti.

