

ABSTRAK

Penulis berfokus pada pemeriksaan bagaimana membangun kualitas interaksi tenaga penjual dan kinerja penjualan. Model ini diuji oleh Structural Equation Modelling Analysis pada program AMOS versi 24. Populasi tesis ini adalah Tenaga Penjual di PT Penerbit Erlangga Cabang Semarang dengan 113 responden (seluruh populasi).

Semua hipotesis yang diuji dalam penelitian ini didukung karena tes Rasio Kritis mereka menunjukkan hasil yang signifikan dengan $p < 0,05$. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa pengalaman salesperson memberikan dampak positif terhadap kualitas interaksi tenaga penjual (CR=3.205), kompetensi tenaga penjual secara positif berkaitan dengan kualitas interaksi tenaga penjual (CR=4.274), orientasi pelanggan secara positif terkait dengan kualitas interaksi tenaga penjual (CR=2.679) dan kualitas interaksi tenaga penjual secara positif terkait dengan kinerja penjualan (CR=7.833).

Temuan strategis yang dapat diambil dari tesis ini ditunjukkan pada implikasi manajerial yang menyarankan penggunaan beberapa strategi untuk meningkatkan kompetensi dan kualitas interaksi tenaga penjual dalam rangka mencapai kinerja penjualan. Tesis ini juga merekomendasikan untuk meningkatkan setiap variabel penelitian dan mengevaluasinya dalam upaya mencapai kinerja penjualan.

Kata Kunci: Kinerja Penjualan, Pengalaman Tenaga Penjual, Kompetensi Tenaga Penjual, Orientasi Pelanggan, Kualitas Interaksi Tenaga Penjual