

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis faktor-faktor yang pengaruh efektifitas kunjungan penjualan sebagai langkah strategik dalam meningkatkan kinerja tenaga penjual. Perumusan masalah penelitian berangkat dari diidentifikasi masalah pada PT. Cahaya Agung Cemerlang Semarang yang menunjukkan terjadinya adanya kecenderungan kinerja penjualan PT. Cahaya Agung Cemerlang Semarang sesuai harapan. Oleh karenanya permasalahan penelitian ini adalah sebagai berikut : Bagaimana meningkatkan efektifitas kunjungan penjualan agar kinerja tenaga penjual meningkat sesuai dengan harapan ?. Selanjutnya variabel dan indikator penelitian juga didasarkan pada penelitian terdahulu. Sebuah model telah dikembangkan dan empat hipotesis telah dirumuskan untuk menjawab masalah penelitian ini.

Teknik pengambilan sampel menggunakan sensus sampling. Responden dari penelitian ini berjumlah 102 responden, dimana responden adalah 102 sampel para tenaga penjual dari Kimberly Clark Indonesia. Alat analisa data yang digunakan adalah Structural Equation Modelling (SEM) pada program AMOS.

Hasil analisis data penelitian ini menunjukkan model dan hasil penelitian dapat diterima dengan baik. Dan selanjutnya hasil penelitian ini membuktikan pengetahuan produk memiliki pengaruh positif secara signifikan terhadap efektifitas kunjungan penjualan. Kemampuan bernegosiasi memiliki pengaruh positif secara signifikan terhadap efektifitas kunjungan penjualan. Pengetahuan pelanggan memiliki pengaruh positif secara signifikan terhadap efektifitas kunjungan penjualan. Dan efektifitas kunjungan penjualan berpengaruh positif secara signifikan terhadap kinerja tenaga penjual. Implikasi manajerial dan agenda penelitian juga dibahas pada penelitian ini.

Kata Kunci : Pengetahuan Produk, Kemampuan Bernegosiasi, Pengetahuan Pelanggan, dan Efektifitas Kunjungan Penjualan Serta Kinerja Tenaga Penjual