

## ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor – faktor yang mempengaruhi kinerja *selling-in* pada produk Fren. Obyek penelitian ini adalah para pemilik outlet yang menjual produk Fren di area Salatiga. Permasalahan penelitian merujuk pada fenomena bisnis PT Mobile-8 Telecom, Tbk Semarang. Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah : Bagaimana meningkatkan kinerja *selling-in* produk Fren melalui kualitas pelayanan pada pelanggan outlet dan nilai yang dirasakan pelanggan outlet? Tujuan umum penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh antara kualitas pelayanan pada pelanggan outlet dan nilai yang dirasakan pelanggan outlet terhadap kinerja *selling-in* produk Fren.

Teknik pengambilan sampel adalah metode *purposive sampling* dan jumlah sampel ditentukan berdasarkan rumus Taro Yamane (1973, p.1088). Penelitian ini menggunakan 76 responden dari 310 outlet aktif yang menjual produk Fren di area Salatiga. Analisis data menggunakan regresi berganda dengan program komputer SPSS 16.

Hasil analisis data penelitian secara keseluruhan menunjukkan hasil yang mendukung hipotesis. Dan hasil penelitian secara statistik menunjukkan bahwa kualitas pelayanan pada pelanggan outlet dan nilai yang dirasakan pelanggan outlet berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja *selling-in*.

Kata Kunci : *Kualitas pelayanan, Nilai yang dirasakan, Kinerja selling-in,*