

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Efektivitas *Personal Selling* Dalam Meningkatkan Penjualan Usaha Sektor Properti Pada PT Agung Jaya Persada serta bagaimana efektivitas *personal selling* dapat berkontribusi dalam peningkatan penjualan pada PT Agung Jaya Persada. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Jenis dan sumber data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder, dimana data primer didapat dari hasil jawaban tanggapan responden dan data sekunder didapat dari dokumen perusahaan maupun literatur yang berkenaan dengan topik penelitian. Pengumpulan data menggunakan wawancara, kuesioner dan studi pustaka. Analisis data menggunakan uji instrumen (uji validitas dan uji reliabilitas), uji asumsi klasik (uji normalitas) dan uji hipotesis (uji regresi sederhana, uji t dan koefisien determinasi). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *personal selling* (X) melalui empat (4) indikator, yaitu pendekatan (*approach*), presentasi (*presentation*), menangani keberatan (*handling objection*) dan penutupan penjualan (*closing*) terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan penjualan (Y) pada PT Agung Jaya Persada, tetapi yang paling dominan dalam mendorong peningkatan penjualan pada PT Agung Jaya Persada ialah pada indikator pendekatan (*approach*). PT Agung Jaya Persada seharusnya lebih meningkatkan dan mengoptimalkan aspek lain agar dapat meningkatkan penjualan pada PT Agung Jaya Persada.

Kata Kunci: Efektivitas, Personal Selling, Penjualan

ABSTRACT

This study aims to determine the effectiveness of personal selling in increasing sales of property sector businesses at PT Agung Jaya Persada and how the effectiveness of personal selling can contribute to increasing sales at PT Agung Jaya Persada. This study uses a quantitative approach. The types and sources of data used are primary data and secondary data, where primary data is obtained from the results of respondents' responses and secondary data is obtained from company documents and literature related to the research topic. Data collection uses interviews, questionnaires and literature studies. Data analysis uses instrument tests (validity tests and reliability tests), classical assumption tests (normality tests) and hypothesis tests (simple regression tests, t-tests and coefficients of determination). The results of the study indicate that personal selling (X) through four (4) indicators, namely approach, presentation, handling objections and closing sales is proven to have a positive and significant influence on increasing sales (Y) at PT Agung Jaya Persada, but the most dominant in driving increased sales at PT Agung Jaya Persada is the approach indicator. PT Agung Jaya Persada should further improve and optimize other aspects to increase sales.

Keywords: Effectiveness, Personal Selling, Sales