

EFEKTIVITAS *PERSONAL SELLING* PADA CV ABHINAYA MUDA INDONESIA YOGYAKARTA

Berta Fera Oktaviani

Abstrak

Penelitian ini dilakukan pada CV Abhinaya Muda Indonesia Yogyakarta. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hasil efektivitas *personal selling* pada CV Abhinaya Muda Indonesia Yogyakarta. Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Metode perolehan data yang digunakan adalah observasi dan kuesioner. Kuesioner disebarikan kepada 30 responden yang merupakan konsumen CV Abhinaya Muda Indonesia Yogyakarta. Teknik analisis data menggunakan: uji validitas, uji reliabilitas, dan uji rata – rata hitung. Hasil indikator *communication ability* memperoleh hasil sebesar 71%. Hasil indikator *product knowledge* memperoleh hasil sebesar 70%. Hasil indikator *creativity* memperoleh hasil sebesar 74%. Hasil indikator *empathy* sebesar 73%. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kemampuan *sales person* yang dimiliki CV Abhinaya Muda Indonesia Yogyakarta untuk indikator *communication ability*, *product knowledge*, *creativity*, dan *empathy* efektif, serta kuesioner yang disebarikan ke reponden juga memperoleh hasil setuju. Namun realisasi untuk penjualan yang dilakukan *sales person* belum mampu mencapai target. Penjualan yang mengalami penurunan ini bukan disebabkan oleh *personal selling* melainkan oleh faktor-faktor lain seperti konsumen yang dapat menangani sendiri acara tanpa menggunakan jasa CV Abhinaya Muda Indonesia Yogyakarta, faktor *new normal* akibat pandemi yang menyebabkan banyak tempat pariwisata mengalami penurunan minat pengunjung, konsumen yang memilih sendiri pariwisata diinginkan.

Kata Kunci: Efektivitas, *Personal Selling*

23/9'22


PERSONAL SELLING EFFECTIVENESS AT CV ABHINAYA MUDA INDONESIA, YOGYAKARTA

Berta Fera Oktaviani

Abstract

This research was conducted at CV Abhinaya Muda Indonesia Yogyakarta. The purpose of this study was to determine the results of the effectiveness of personal selling at CV Abhinaya Muda Indonesia Yogyakarta. This study uses quantitative methods. The data acquisition method used is observation and questionnaires. Questionnaires were distributed to 30 respondents who are consumers of CV Abhinaya Muda Indonesia Yogyakarta. The data analysis technique uses: validity test, reliability test, and arithmetic average test. The communication ability indicator obtained a result of 71%. The result of the product knowledge indicator is 70%. The result of the creativity indicator is 74%. The results of the empathy indicator are 73%. The results of this study indicate that the sales person's ability of CV Abhinaya Indonesia Yogyakarta for indicators of communication ability, product knowledge, creativity, and empathy is effective, and the questionnaire distributed to respondents also obtained agreeable results. However, the realization for sales made by the sales person has not been able to reach the target. This declining sales was not caused by personal selling but by other factors such as consumers who could handle the event themselves without using the services of CV Abhinaya Muda Indonesia Yogyakarta, the new normal factor due to the pandemic which caused many tourism places to experience a decline in visitor interest, and consumers who choose their own desired tourism.

Keywords: *Effectiveness, Personal Selling*