
ANALISIS KINERJA PERSONAL SELLING DALAM PEMASARAN OTOMOTIF DI KOTA SERANG

Oleh

Asep Supriadi

Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

Email: asep.research@untirta.ac.id

Article History:

Received: 05-12-2022

Revised: 17-01-2023

Accepted: 23-02-2023

Keywords:

Disiplin Kerja, Kinerja,
Personal Selling

Abstract: Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh disiplin kerja personal selling terhadap kinerja personal selling. Penelitian ini dilakukan pada disiplin kerja personal selling untuk pemasaran otomotif di Kota Serang. Sampel penelitian ini berjumlah 65 orang yang diambil secara acak. Jenis penelitian adalah penelitian kuantitatif dengan metode survey, dengan pengumpulan data melalui kuesioner. Metode analisis data menggunakan teknik analisis regresi sederhana dengan SPSS sebagai software pengolah datanya. Hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa variabel disiplin kerja personal selling berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja personal selling. Berdasarkan koefisien determinasi diperoleh nilai bahwa kinerja personal selling dipengaruhi sebesar 65.1 persen oleh disiplin kerja personal selling dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam model ini.

PENDAHULUAN

Tujuan pemasaran yang merupakan bagian dari tujuan perusahaan sangat penting untuk diwujudkan, dan untuk mewujudkannya membutuhkan sumber daya manusia yang berpikir maju, cerdas, inovatif dan mampu berkarya dengan semangat tinggi dalam menghadapi situasi persaingan yang sangat ketat. Keadaan sumber daya manusia bidang pemasaran akan sangat berperan dengan menanamkan kedisiplinan dalam melaksanakan kegiatan pemasaran produknya. Semua perusahaan atau organisasi berusaha meningkatkan sumber daya manusia yang dimilikinya untuk mencapai tujuan perusahaan atau organisasi yang telah disepakati. Sumber daya manusia yang menjadi bagian perusahaan atau organisasi mesti melakukan pengembangan pribadinya untuk meningkatkan kinerja khususnya bidang pemasaran, yaitu bekerja dengan penuh kedisiplinan dalam pengabdianya pada perusahaan, sehingga tujuan pemasaran dapat terwujud dengan sangat baik.

Kinerja personal selling pada dasarnya dipengaruhi oleh banyak faktor seperti disiplin kerja dalam melakukan penjualan, kecakapan komunikasi dan ketangguhan tim

personal selling. Disiplin kerja personal selling merupakan salah satu aspek penting dalam sistem kerja yang harus diperhatikan oleh perusahaan atau organisasi untuk menumbuhkan dan meningkatkan kinerja personal selling (Kotler, 2017).

Bertumbuhnya perekonomian di Provinsi Banten termasuk di dalamnya Kota Serang, secara langsung maupun tidak langsung memicu pertumbuhan perdagangan diberbagai bidang bisnis, termasuk didalamnya perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam bidang pemasaran otomotif seperti, Toyota, Honda, Mitsubishi, Suzuki dan perusahaan otomotif lainnya, yang sangat ketat persaingannya, sehingga untuk mencapai target penjualannya sangat memerlukan pegawai pemasaran (*personal selling*) yang dapat membuahkan kinerja personal selling dalam bentuk mencapai target-target penjualannya.

Perusahaan dengan kredibilitas yang tinggi pasti memiliki kinerja karyawan yang tinggi, termasuk disiplin kerja di dalamnya, sehingga pekerjaan yang menjadi rutinitasnya dapat terselesaikan dengan baik, dan target penjualannya tercapai dengan baik pula. Namun demikian beberapa target masih memungkinkan mendapat kendala dalam mencapai tujuannya, misalnya keadaan ekonomi masyarakat, adanya pandemik dan yang tak kalah penting mungkin ada penurunan kedisiplinan kerja dari personal selling dalam mencapai target penjualannya baik target bulanan, semester atau tahunan. Berikut data hasil analisis lapangan pencapaian penjualan perusahaan otomotif dalam Tahun 2021 yang disajikan semester pertama di Kota Serang, pada tabel 1:

Tabel 1
Tabel Realisasi Penjualan Otomotif Tahun 2021
Di Kota Serang

Jenis Perusahaan	Bulan	Taget Penjualan (%)	Realisasi Penjualan (%)	Keterangan	Prosentasi (%)
HONDA	Januari	100	80	Tidak tercapai	20
	Februari	100	85	Tidak tercapai	15
	Maret	100	75	Tidak tercapai	25
	April	100	85	Tidak tercapai	15
	Mei	100	100	Tercapai	100
	Juni	100	100	Tercapai	100
TOYOTA	Januari	100	80	Tidak tercapai	20
	Februari	100	90	Tidak tercapai	10
	Maret	100	80	Tidak tercapai	20
	April	100	100	Tercapai	100
	Mei	100	90	Tidak tercapai	10

Jenis Perusahaan	Bulan	Taget Penjualan (%)	Realisasi Penjualan (%)	Keterangan	Prosentasi (%)
	Juni	100	100	Tercapai	100
SUZUKI	Januari	100	75	Tidak tercapai	25
	Februari	100	68	Tidak tercapai	10
	Maret	100	100	Tercapai	100
	April	100	90	Tidak tercapai	10
	Mei	100	85	Tidak tercapai	15
	Juni	100	90	Tidak tercapai	10
MITSUBISHI	Januari	100	85	Tidak tercapai	15
	Februari	100	95	Tidak tercapai	5
	Maret	100	100	Tercapai	100
	April	100	70	Tidak tercapai	30
	Mei	100	75	Tidak tercapai	25
	Juni	100	100	Tercapai	100
Jumlah	Juni	100%			

Sumber: Data sekunder diolah, 2021

Berdasarkan informasi tabel 1 dapat dikemukakan bahwa hampir semua perusahaan masih memiliki masalah yang harus diselesaikan dengan strategi pemasaran menyangkut ketercapaian dari target penjualan yang masih berfluktuasi dalam merealisasikan kinerja pemasarannya yang dalam hal ini adalah kinerja personal selling.

Hasil survey dilakukan untuk semester pertama atau 6 bulan pertama pada tahun 2021 yang pada saat itu masih dalam kondisi covid 19, walaupun sudah agak mereda atau dalam kondisi new normal. Rentang ketidak tercapaian kinerja personal selling pada Dealer **Honda** yaitu antara 15 sampai dengan 25 persen. Selanjutnya rentang ketidak tercapaian untuk Dealer **Toyota** berkisar antara 10 sampai dengan 20 persen. Sedangkan Dealer **Suzuki** ketidak tercapaian target penjualan personal selling ada pada rentang 10 sampai 25 persen. Kemudian yang terakhir dealer yang berhasil kami survey adalah Dealer **Mitsubishi** dengan rentang ketidak tercapaian target personal selling adalah berkisar antara 5 sampai dengan 30 persen.

Berdasarkan keadaan kinerja personal selling tersebut masih menyisakan kinerja yang belum maksimal yang perlu dicari penyebabnya dan diperhatikan jalan keluarnya atau

solusinya, walaupun keadaan ekonomi pada saat 2021 ini masih dalam tahap pemulihan ekonomi nasional. Berlandaskan pada keadaan yang berfluktuasi tersebut, maka sangat menarik untuk dilakukan penelitian, sehingga diharapkan hasil dari penelitian ini dapat menjadi alternatif sebagai informasi dalam pengambilan keputusan bidang pemasaran.

LANDASAN TEORI

Personal Selling

Personal Selling merupakan bentuk komunikasi langsung, presentasi pribadi atau penjualan tatap muka yang dilakukan untuk memperkenalkan, memberi pemahaman atau penjelasan sekaligus menawarkan produk kepada konsumen potensial dengan tujuan untuk mensukseskan penjualan dan membangun hubungan dengan pelanggan (Kotler dan Armstrong (2001), Tjiptono F.,(2008)).

Selanjutnya Kotler dan Keller (2016) menyebutkan bahwa tahapan kegiatan personal selling terdiri dari: 1) Prospecting and Qualifying, mencari prospek dan melakukan kualifikasi kepada konsumen potensial, 2) Pre-approach, melakukan Pra pendekatan, 3) Presentation and Demonstration, melakukan presentasi dan demonstrasi, 4) Overcoming Objections, mengatasi keberatan yang diajukan oleh konsumen, 5) Closing, meminta konsumen untuk mengambil keputusan pembelian, 6) Follow-up, menjalin atau membangun relasi dengan konsumen.

Disiplin Kerja Personal Selling

Kedisiplinan (disiplin kerja) merupakan bagian dari tercapainya suatu tujuan sehingga setiap perusahaan menetapkan suatu peraturan yang berlaku bagi karyawan untuk dipatuhi seperti jam kerja, aturan cuti, izin tidak masuk kerja, dan pedoman pencapaian kinerja. Disiplin kerja diartikan sebagai suatu kegiatan manajemen untuk menjalankan standar organisasi yang dilaksanakan untuk mendorong para karyawan agar mengikuti standar dan aturan dengan tujuan menghindari penyelewengan tertentu (Handoko, 2014). Sedarmayanti (2009) menuturkan bahwa disiplin kerja akan membuat daya pendorong yang mengakibatkan karyawan mau dan rela mengerahkan kemampuan, peranan dalam bentuk keahlian dan keterampilan serta waktu untuk menyelenggarakan berbagai kegiatan yang menjadi tanggung jawab dan menunaikan kewajibannya dalam rangka pencapaian target yang telah ditentukan. Disiplin Kerja dapat diukur melalui beberapa indikator yaitu tanggung jawab pekerjaan, ketepatan waktu, kehadiran, kepatuhan, tata cara kerja yang baik, pencapaian target pekerjaan dan kemandirian bekerja (Bohlander et al., 2012).

Berdasarkan pengertian beberapa peneliti tersebut dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini, disiplin kerja personal selling merupakan disiplin kerja yang dilakukan dan dibebankan kepada personal selling dalam merealisasikan tugas mencapai target penjualan yang telah ditentukan dengan sangat disiplin setiap periode kegiatan.

Indikator disiplin kerja pemasaran menurut Sirgy (2014) terdiri dari: kepatuhan akan aturan, identifikasi, internalisasi. Selanjutnya secara implementasi atau praktek kerja personal maka disiplin kerja juga di dorong oleh adanya motivasi kelompok, dan karena hasil yang ingin dicapai. Berdasarkan pendapat para ahli dan uraian tersebut di atas, maka indikator disiplin kerja personal selling dalam penelitian ini adalah 1) kepatuhan aturan, 2)

identifikasi tugas dan tanggung jawab, 3) motivasi internal, 4) motivasi kelompok, 5) keadilan, 6) ketercapaian hasil.

Kinerja Personal Selling

Teori kinerja personal selling merupakan bagian dari kinerja karyawan secara keseluruhan. Kinerja karyawan merupakan pencapaian atau prestasi seseorang dengan tugas yang diberikan kepadanya. Hasibuan (2013) menyatakan bahwa kinerja karyawan sebagai perwujudan kerja yang dilakukan oleh karyawan yang biasanya dipakai sebagai dasar penilaian terhadap karyawan dalam organisasi. Selanjutnya Robbins (2009) menyatakan bahwa kinerja karyawan sebagai fungsi dan interaksi antara kemampuan dan motivasi yaitu prestasi kerja. Kinerja Karyawan dapat diukur melalui beberapa indikator yaitu kualitas kerja, pembagian kerja, iklim bekerja, bekerja dengan baik, perlengkapan teknis, tanggung jawab dan perhatian dari pimpinan (Bohlander et al, 2012).

Indikator kinerja personal selling pada penelitian ini termasuk di dalamnya adalah volume penjualan, sehingga volume penjualan merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kinerja personal selling. Volume penjualan merupakan bagian dari kinerja pemasaran sebagai jumlah penjualan yang berhasil dicapai secara total dalam periode tertentu, dan perolehannya harus terus ditingkatkan (Kotler, (2016); Dewi (2018)).

Selanjutnya kinerja personal selling dalam penelitian ini meliputi: 1) Prospecting and Qualifying, 2) Pre-approach, 3) Presentation and Demonstration, 4) Overcoming Objections, 5) Closing, 6) Follow-up, 7) Sales Volume.

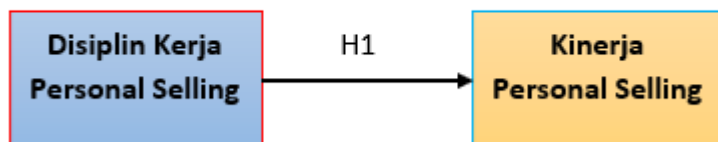
Hubungan Disiplin Kerja Dengan Kinerja Personal Selling

Penelitian yang dilakukan oleh Lestari et al, (2020) dan Arung et al, (2019) memiliki hasil disiplin kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Selanjutnya Yanto dan putri (2022) mengemukakan hasil penelitiannya bahwa personal selling berpengaruh terhadap volume penjualan PT Astra International Tbk-TSO Auto2000 Cabang Pasteur Bandung. Kemudian Wongso dan Scapramana (2019) mengemukakan bahwa tahapan proses personal selling yang mendukung kinerja sales force dalam industri perbankan adalah tahapan prospecting dan follow-up service. Hasil penelitian Chandra dan Matondang (2021) Mengemukakan bahwa Personal Selling dapat berpengaruh terhadap besarnya volume penjualan sebesar 94,9 % sedangkan sisanya sebesar 5,1 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Hasil penelitian Oscar dan hasibuan (2022) bahwa personal selling berpengaruh positif dan signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap volume penjualan.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa disiplin kerja pegawai (bidang personal selling) berpengaruh positif terhadap peningkatan kinerja personal selling yang berupa peningkatan volume penjualan. Dengan demikian pada penelitian ini dirumuskan dan diajukan hipotesis penelitian sebagai berikut:

Hipotesis: Disiplin Kerja Personal Selling berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Personal Selling

Gambar 1.1
Kerangka Pemikiran



METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dan verifikatif artinya penelitian yang dilakukan dengan menganalisis data primer untuk mengetahui pengaruh antar variabel independen terhadap variabel dependen. Penelitian dilakukan terhadap pelaku personal selling bidang otomotif yang berada di Kota Serang.

Data pada penelitian diperoleh secara langsung melalui penyebaran kuesioner yang disebarkan kepada 65 responden yang diperoleh berdasarkan rumus slovin. Metode analisis data menggunakan analisis regresi linier sederhana dengan SPSS (*Statistical Package for Social Science*) sebagai software pengolah datanya. Analisis data pada penelitian ini meliputi: karakteristik responden, uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, analisis regresi, analisis determinasi dan uji hipotesis dengan tingkat kesalahan sebesar 5% atau 0,05.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Karakteristik Responden

Jumlah responden penelitian ini sebanyak 40 orang sebagai perwakilan dari masing-masing perusahaan otomotif di Kota Serang dengan karakteristik seperti pada tabel 2 berikut ini:

Tabel 2. Karakteristik Responden

No	Jenis Kelamin/ Usia/ Pendidikan	Frekwensi
1	Laki-laki	41
2	Perempuan	24
	Jumlah	65
1	18 – 21 tahun	11
2	22 – 25 tahun	21
3	26 – 30 tahun	22
4	>. 31 tahun	11
	Jumlah	65
1	SMA	14
2	Diploma 3	27
3	Sarjana (S1)	24
	Jumlah	65

Sumber : Data primer diolah, 2021

2. Uji Validitas dan Reliabilitas

Penelitian ini menggunakan instrumen kuesioner yang disebarkan kepada 65 responden. Hasil dari pengujian tersebut disajikan pada tabel 3:

Tabel 3
Hasil Pengujian Validitas Dan Reliabilitas

Hasil Pengujian Validitas				Hasil Pengujian Reliabilitas			
Indikator	Validitas	Kriteria	Keterangan	Variabel	Cronbach Alpha	Kriteria	Keterangan
Disiplin Kerja Personal Selling				Disiplin Kerja Personal Selling			
X1.1	0,351	0.196	Valid	X	0,753	0.71	Realibel
X1.2	0,475	0.196	Valid				
X1.3	0,463	0.196	Valid				
X1.4	0,498	0.196	Valid				
X1.5	0,453	0.196	Valid				
X1.6	0,582	0.196	Valid				
Kinerja Personal Selling				Kinerja Personal Selling			
Y1	0,397	0.196	Valid	Y	0.821	0.71	Realibel
Y2	0,478	0.196	Valid				
Y3	0,519	0.196	Valid				
Y4	0,470	0.196	Valid				
Y5	0,451	0.196	Valid				
Y6	0,383	0.196	Valid				
Y7	0,491	0.196	Valid				

Sumber: Data primer diolah, 2021

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel 3, diperoleh bahwa semua instrumen dalam penelitian ini valid yaitu nilai *r*-hitung lebih besar dari *r*-tabel sebesar 0,196 sehingga semua instrumen dinyatakan valid, dan dapat dipergunakan dalam penelitian ini. Uji reliabilitas yang diperoleh memiliki hasil yang menyatakan alat ukur yang dipakai reliabel atau dapat dipercaya dan diandalkan karena nilai *cronbach's alpha* yang diperoleh melebihi 0,71 sehingga instrumen layak untuk digunakan dalam penelitian ini (Ghozali, 2011).

3. Uji Asumsi Klasik (Normalitas)

Hasil uji normalitas seperti pada tabel 4

Tabel 4 Hasil Uji Normalitas Data

		<u>Unstandardize Residual</u>
Normal Parametrics	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.88831133
Most Extreme Differences	Absolute	.157
	Positive	.152
	Negative	-.157
Test Statistic		.157
Asymp. Sig. (2-tailed)		.201 ^{cd}

Sumber : Data primer diolah, 2021

Berdasarkan hasil pengujian bahwa diperoleh nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,201 dan nilai tersebut lebih besar dari persyaratan normalitas data yaitu $> 0,05$. Sehingga dengan nilai Asymp. Sig. ($0.201 > 0.05$) yang berarti data terdistribusi normal.

4. Uji Regresi Sederhana

Untuk membentuk persamaan regresi sederhana, maka dikemukakan hasil pengujian statistik pada tabel 5 :

Tabel 5. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	9.320	1.560		5.157	.000
Disiplin Kerja Personal Selling	.754	.051	.840	10.125	.000

a. Dependent Variable: Kinerja Personal Selling

Sumber: Data primer diolah, 2021

Berdasarkan hasil uji regresi tersebut maka dapat dirumuskan persamaan regresinya:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 9.320 + 0.754X$$

- Nilai a sebesar 9.320 merupakan konstanta sebagai nilai variabel Kinerja Personal Selling (Y) pada saat nilai variabel Disiplin Kerja Personal Selling (X) nol (0).
- Nilai koefisien sebesar 0.754, menunjukan variabel disiplin kerja personal selling positif dan signifikan mempengaruhi kinerja personal selling, yang berarti setiap kenaikan 1 satuan variabel disiplin kerja personal selling akan mempengaruhi sebesar 0.754 satuan Kinerja Personal Selling, dengan asumsi variabel lain tidak diteliti.

5. Uji Determinasi

Untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel Disiplin Kerja Personal Selling terhadap Kinerja Personal Selling, yaitu melalui uji determinasi, yang berpedoman pada tabel 6 :

Tabel 6 Hasil Uji Determinasi

Model Summary ^a				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.807 ^a	.651	.659	1.88952

a. Predictors: (Constant), Disiplin Kerja Personal Selling

b. Dependent Variable: Kinerja Personal Selling

Sumber: Data primer diolah, 2021

Pada tabel 6, nilai R sebesar 0.807^a, bahwa variabel Disiplin Kerja Personal Selling berpengaruh positif meningkatkan Kinerja Personal Selling dengan **Kuat**. Besarnya pengaruh Disiplin Kerja Personal Selling terhadap Kinerja Personal Selling sebesar 65,1 %, dan sisanya 34,9 % dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti.

6. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui penerimaan hipotesis yang diusulkan, dan berpedoman pada hasil analisis t hitung, pada tabel 7:

Tabel 7 Hasil Uji t

Model	T hitung	Sig.	T tabel
(Constant)	5,157	0.000	1,995
Disiplin kerja personal selling	10,125	0.000	1,995

Sumber : Data primer diolah, 2021

- 1) Nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($10,125 > 1,995$) dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, artinya hipotesis variabel "Disiplin Kerja Personal Selling berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Personal Selling", diterima (**Ha diterima**).

KESIMPULAN

1. Disiplin Kerja Personal Selling berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Personal Selling pada kegiatan pemasaran otomotif perusahaan-perusahaan yang diteliti pada penelitian ini di Kota Serang.
2. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian Lestari, et al (2020), Arung, et al (2019), Yanto dan Putri (2022), Wongso dan Scapramana (2019), dan Chandra dan Matondang (2021), serta Oscar dan Hasibuan (2022) bahwa Disiplin Kerja Personal Selling berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Personal Selling baik secara parsial maupun simultan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Arung, B., F., G., Nurwidiyanto, Bopeng, S., L. (2019). Pengaruh *Knowledge Management, Technology* dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Pegawai (Studi Kasus Pegawai Kantor Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Manokwari). *Cakrawala: Management Business Journal*. 2(1) 292-308
- [2] Bohlander, G. Snell, Scott. 2012. *Prinsip Sumber Daya Manusia. Manajemen*.
- [3] Bohlander, G., & Scott, S. (2012). *Principles of Human Resource Management, 15th Edition. South Western: Cengage Learning*
- [4] Chandra, Ds, & Matondang, M. (2021). Pengaruh Personal Selling Terhadap Volume Penjualan Produk Pada Pt. Mestika Mandiri Medan.
- [5] Dewi, K. M. (2018). Pengaruh Volume Penjualan Kamar Dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih Pada Hotel Grand Wijaya Singaraja Tahun 2014-2016. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 10(2), 627-636.
- [6] Ghazali, I. (2011). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IMB SPSS 19, Edisi Kelima. Semarang: Universitas Diponegoro.
- [7] Handoko, T., H. (2014). Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia, Edisi Kedua. Yogyakarta: BPFE.
- [8] Hasibuan, M., S., P. (2013). Manajemen Sumber Daya Manusia (Edisi Revisi). Jakarta: Bumi Aksara.
- [9] Kotler, P. (2017). Philip Kotler: some of my adventures in marketing. *Journal of Historical Research in Marketing*, 9(2), 203-208.
- [10] Kotler, P. Amstrong (2001) Prinsip-Prinsip Pemasaran. *Erlangga, Jakarta*.
- [11] Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing management 15th global edition (Global). *Harlow: Pearson Education Limited*.

- [12] Lestari, S., Dilla, Fadillah. (2020). Pengaruh Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Kasus Pada PT Ardena Artha Mulia Divisi Produksi). *KINERJA: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. 3(1) 93-110.
- [13] Oscar, B., & Hasibuan, Tf (2022). Pengaruh Personal Selling Terhadap Volume Penjualan Kurir Dan Logistik Pada Segmen Korporat Pt Pos Indonesia (Persero) Kcu Medan. *Tanda Pro*, 12 (2).
- [14] Robbins, S., P., & Timothy, J., A. (2009). *Organizational Behaviour*. Jakarta: Salemba Empat.
- [15] Sedarmayanti. (2009). Sumber Daya Manusia dan Produktivitas Kerja. Bandung: Mandar Maju
- [16] Sirgy, MJ (2014). *Pemasaran real estat: Strategi, penjualan pribadi, negosiasi, manajemen, dan etika*. Routledge.
- [17] Tjiptono, F. (2008). Strategi Pemasaran Edisi 3. *Yogyakarta: Andi*, 24.
- [18] Wongso, A., & Secapramana, V. H. (2019, September). Identifikasi Tahapan Proses Personal Selling Dan Critical Success Factor Yang Mendukung Kinerja Sales Force Dalam Industri Perbankan. In *Prosiding Seminar Nasional Sinergitas Multidisiplin Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi* (Vol. 2, Pp. 160-166).
- [19] Yanto, Rty, & Putri, Sr (2022). Pengaruh Personal Selling Terhadap Volume Penjualan Di Pt Astra International Tbk-Tso Auto2000 Cabang Pasteur Bandung. *Tanda Pro*, 12 (2).