

ABSTRAK

Maulana Rifqi, NIM 3402190254. Pengaruh *Salesmanship* dan *Sales Promotion* Terhadap Penjualan Bahan Bangunan (Suatu Studi Pada Pt.Faza Anugrah Jaya Garut) Dibawah Bimbingan Bapak Dr. H. Oyon Saryono, M.M. (Pembimbing I) dan Bapak Faizal Haris Eko Prabowo, S.E.,M.M (Pembimbing II).

Penjualan merupakan tujuan utama setiap perusahaan yang bergerak dalam bidang pemasaran untuk meraih tingkat penjualan yang cukup tinggi dan mampu bersaing dengan para kompetitor dibidang yang sama. Namun realisasi penjualan bahan bangunan di PT. faza anugrah jaya garut belum mencapai target dan mengalami penurunan yang cukup signifikan, ada beberapa faktor yang mempengaruhi penjualan diantaranya yaitu *salesmanship* dan *sales promotion*. Hal ini kemudian mengindikasikan bahwa berdasarkan latar belakang tersebut dapat dikatakan *salesmanship* dan *sales promotion* yang diberikan perusahaan masih belum maksimal dalam meningkatkan penjualan terhadap produk. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini meliputi: Bagaimana pengaruh *salesmanship* terhadap penjualan bahan bangunan pada PT.faza anugrah jaya garut; Bagaimana pengaruh *sales promotion* terhadap penjualan bahan bangunan pada PT.faza anugrah jaya garut; Bagaimana pengaruh *salesmanship* dan *sales promotion* terhadap penjualan bahan bangunan pada PT.faza anugrah jaya garut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *salesmanship* terhadap penjualan bahan bangunan pada PT.faza anugrah jaya garut; untuk mengetahui pengaruh *sales promotion* terhadap penjualan bahan bangunan pada PT.faza anugrah jaya garut; untuk mengetahui pengaruh *salesmanship* dan *sales promotion* terhadap penjualan bahan bangunan pada PT.faza anugrah jaya garut. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei dengan pendekatan kuantitatif. Data yang diperoleh menggunakan observasi, interview, kuesioner dan studi Pustaka. Sedangkan untuk menganalisis data digunakan analisis koefisien korelasi sederhana, analisis regresi linier sederhana, koefisien determinasi, analisis koefisien korelasi berganda, analisis regresi linier berganda, uji T dan uji F. Hasil penelitian dan hasil pengolahan data menunjukkan bahwa *salesmanship* berpengaruh positif terhadap penjualan dengan besarnya pengaruh sebesar 13,98% sementara sisanya 86,02% dipengaruhi oleh faktor lain; *sales promotion* berpengaruh positif terhadap penjualan dengan besarnya pengaruh sebesar 46,2% sementara sisanya 53,8% dipengaruhi oleh faktor lain; kemudian pengaruh dari *salesmanship* dan *sales promotion* berpegaruh positif teradap penjualan dengan besarnya pengaruh sebesar 45,8% sementara sisanya 54,2% dipengaruhi oleh faktor lain. Dengan demikian PT. faza anugrah jaya garut harus lebih memperhatikan *salesmanship* dan *sales promotion* agar dapat meningkatkan penjualan. Diharapkan perusahaan PT. faza anugrah jaya garut dapat lebih memperhatikan *salesmanship* dan *sales promotion* agar dapat meningkatkan penjualan sehingga target penjualan akan selalu maksimal.

Kata kunci : *salesmanship*, *sales promotion*, penjualan.