

## ABSTRAK

**Anggi Adha Firdaus. NIM 3402190615. Pengaruh *Personal Selling* dan *Payment By Credit* terhadap Penjualan (Suatu Studi Pada Rama Optik). Dibawah bimbingan Bapak Mochamad Aziz Basari, S.Sos.,M.M, (Pembimbing I) dan Ibu Risna Kartika, S.E., M.M. (Pembimbing II).**

Penelitian ini difokuskan pada pengaruh *personal selling* dan *payment by credit* terhadap penjualan pada Rama Optik. Permasalahan yang terjadi pada penelitian ini meliputi: 1) Bagaimana pengaruh *personal selling* terhadap penjualan di Rama Optik?; 2) Bagaimana pengaruh *payment by credit* terhadap penjualan di Rama Optik?; 3) Bagaimana pengaruh *personal selling* dan *payment by credit* terhadap penjualan di Rama Optik?. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis: 1) Pengaruh *personal selling* terhadap penjualan di Rama Optik; 2) Pengaruh *payment by credit* terhadap penjualan di Rama Optik; 3) Pengaruh *personal selling* dan *payment by credit* berpengaruh terhadap penjualan di Rama Optik. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei dengan pendekatan kuantitatif sedangkan untuk teknik pengambilan *sample* dalam penelitian ini menggunakan teknik *simple random sampling*. Untuk metode menganalisis data menggunakan metode statistik yaitu dengan analisis regresi sederhana yang meliputi koefisien korelasi sederhana, koefisien determinasi, regresi linier sederhana dan regresi berganda meliputi koefisien korelasi berganda, koefisien determinasi, regresi linier berganda dan pengujian hipotesis (uji t dan uji F). Dari hasil penelitian, dapat ditarik suatu simpulan sebagai berikut: 1) *Personal selling* berpengaruh terhadap penjualan pada Rama Optik Ciamis, dengan demikian hipotesis diterima dan teruji kebenarannya artinya semakin baik *personal selling* maka penjualan pada Rama Optik Ciamis akan meningkat, begitu pula sebaliknya; 2) *Payment by credit* berpengaruh terhadap penjualan pada Rama Optik Ciamis, dengan demikian hipotesis diterima dan teruji kebenarannya artinya semakin baik *payment by credit* maka penjualan pada Rama Optik Ciamis akan meningkat, begitu pula sebaliknya; 3) *Personal selling* dan *payment by credit* berpengaruh terhadap penjualan pada Rama Optik Ciamis, dengan demikian hipotesis diterima dan teruji kebenarannya artinya semakin baik *personal selling* dan *payment by credit* maka penjualan pada Rama Optik Ciamis akan meningkat, begitu pula sebaliknya.

**Kata Kunci:** *Personal Selling*, *Payment By Credit* dan Penjualan