

ABSTRAKSI

Penelitian ini dilakukan berdasar dari kesenjangan hasil penelitian terdahulu (*research gap*) mengenai tingkat *sales experience* dapat mempengaruhi *sales performance*. Serta menguji secara empiris faktor-faktor yang mempengaruhi *sales performance* seperti *salesperson skill*, *sales interaction quality* dan *effectiveness of sales activities*. Karena, keberhasilan kinerja suatu pemasaran bukan hanya diukur berdasarkan perkembangan produk yang baik dan harga yang terjangkau tetapi keberhasilan dari strategi komunikasi melalui tenaga penjual yang memiliki kontribusi besar mencapai kesuksesan.

Tujuan dari penelitian ini adalah membangun sebuah model konseptual untuk menggambarkan dan memberikan jawaban pada kesenjangan antara variabel *sales experience* terhadap *sales performance*, serta menguji secara empiris faktor-faktor yang mempengaruhi *Sales performance*. Penelitian ini dilakukan dengan mengambil objek penelitian pada PT. Rajawali Citra Televisi yang berlokasi di Jakarta barat. Penelitian ini menggunakan populasi dari seluruh tenaga kerja departemen marketing RCTI. Penelitian ini menggunakan metode *Judgment Sampling*. Jumlah responden yang ditentukan sebagai sampel penelitian adalah 120 orang. Teknik analisis yang dipakai untuk menginterpretasikan dan menganalisis data dalam penelitian ini adalah dengan teknik *Structural Equation Model* (SEM) dari paket *software* AMOS.

Hasil pengujian hipotesis terbukti bahwa faktor *sales experience*, *salesperson skill*, *sales interaction quality* dan *effectiveness of sales activities* berpengaruh positif terhadap *sales performance* yang signifikan. Adapun model yang diajukan dalam penelitian ini dapat diterima yang ditunjukkan oleh indeks kesesuaian dimana nilai Nilai *chi-square* 200,633, nilai probabilitas 0,027, nilai TLI 0,974, nilai CFI 0,977, CMIN/ DF 1,223 dan RMSEA 0,043 yang semuanya telah memenuhi syarat walaupun nilai GFI 0,880 dan AGFI 0,846 diterima secara marginal.

Kata Kunci: *Sales experience*, *salesperson skill*, *sales interaction quality*, *effectiveness of sales activities*, *sales performance*.

FEB UNDIP