

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh adaptive selling dan kualitas desain wilayah penjualan terhadap kinerja penjualan obligasi ritel, dengan selling experience sebagai variabel intervening. Penelitian ini berfokus pada tenaga penjual di Bank Jateng yang beroperasi di wilayah Jawa Tengah dan Yogyakarta.

Peneliti menerapkan pendekatan kuantitatif dengan metode survey melalui pengumpulan data kuesioner. Dengan menggunakan teknik purposive sampling, sebanyak 120 responden dipilih untuk berpartisipasi dalam survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan metode Structural Equation Modeling (SEM) dan aplikasi AMOS untuk menentukan hubungan antar variabel. Untuk menguji hasil sampel responden menggunakan Uji Validitas, Reliabilitas Konstruk, Uji Normalitas Data, dan faktor konfirmatori (CFA) menggunakan SEM AMOS hasil Goodness of Fit Full Model dapat tersedia.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa adaptive selling dan desain wilayah penjualan secara signifikan meningkatkan kinerja penjualan obligasi ritel. Selain itu selling experience berperan dalam memperkuat hubungan adaptive selling dan desain wilayah penjualan dalam pengaruhnya terhadap kinerja penjualan. Penelitian ini menegaskan pentingnya praktik adaptive selling dan desain wilayah penjualan strategis sebagai faktor krusial dalam mengoptimalkan kinerja penjualan obligasi ritel. Hasil penelitian ini memberikan wawasan berharga untuk meningkatkan strategi penjualan di sektor perbankan dan jasa keuangan terutama dalam hal penjualan produk investasi obligasi ritel.

Kata Kunci: Adaptive Selling, Desain Wilayah Penjualan, Selling Experience, Obligasi Ritel, Kinerja Penjualan