

ABSTRAK

Kinerja pemasaran yang baik menunjukkan tingkat penjualan yang tinggi, meningkatnya jumlah penjualan yang baik dalam unit produk maupun dalam satuan moneter. Membbaiknya kinerja pemasaran ditandai pula dengan pertumbuhan penjualan yang baik dari tahun ke tahun dan pertumbuhan yang lebih tinggi dari pesaing sejenis serta memiliki pelanggan yang luas dibandingkan tahun-tahun sebelumnya. Penelitian ini ditujukan untuk menganalisis pengaruh strategi pelayanan outlet dan hubungan dengan outlet terhadap kinerja selling-in serta dampaknya terhadap kinerja pemasaran.

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan program SPSS. Populasi yang digunakan adalah pelanggan pelanggan Buana Gemilang Creatindo Semarang pada bulan Januari-Agustus tahun 2014. Sedangkan sampel yang digunakan sebanyak 100 orang dengan teknik pemilihan sampel non-probability samplingnya menggunakan *accidental sampling*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Strategi pelayanan outlet berpengaruh terhadap kinerja selling-in, Hubungan outlet berpengaruh terhadap kinerja selling-in, Strategi pelayanan outlet berpengaruh terhadap kinerja pemasaran, Hubungan outlet berpengaruh terhadap kinerja selling-in, Kinerja selling-in berpengaruh terhadap kinerja pemasaran, Strategi pelayanan outlet dan Hubungan outlet berpengaruh langsung terhadap kinerja pemasaran melalui kinerja selling-in.

Kata Kunci : Strategi Pelayanan Outlet, Hubungan Dengan Outlet, Kinerja Selling-in, Kinerja Pemasaran