

Strategi personal selling da'i Muamalat di dalam memasarkan produk Shar-e

Wido Supraha, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=97155&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis strategi personal selling yang dilakukan oleh Da'i Muamalat di dalam membantu memasarkan produk Shar-e Bank Muamalat Indonesia di wilayah kerja yang tidak memiliki kantor pelayanan, melalui presentasi, ceramah, dan koordinasi. Pada penelitian ini dibuat beberapa pertanyaan penelitian yakni sekitar bagaimana strategi yang ditetapkan memiliki pengaruh kepada kuantitas penjualan produk. Penelitian ini menggunakan data sekunder yang dikumpulkan mulai dari bulan Juni 2005 sampai dengan Oktober 2006.

Dengan menggunakan regresi linier sederhana dan regresi berganda dilakukan pengujian terhadap pertanyaan penelitian yang diajukan. Penelitian ini menghasilkan beberapa kesimpulan dimana masing-masing strategi yang telah ditetapkan tidak efektif untuk di dalam pencapaian target pemasaran produk Shar-e, meskipun target sebaran wilayah sudah cukup baik.

The target of this research is to find out and analyze personal selling strategies of Da' i Muamalat, who help to perform market penetration in the area that do not have service's office thru Shar-e product presentation, public speech, and selling coordination. Questionnaires presented has some focused area on quantification effect by current selling strategy to selling quantity impact. Data collected from the period of June 2005 to October 2006 are used as secondary data in this evaluation research.

Statistical method used are simple tinier, and double regression to present the result of the research. The research concludes each strategy that need to be maximized to achieve Shar-e selling target even though propagation within area is adequate.