

# **EFEKTIVITAS *PERSONAL SELLING* DI DOUBLE**

## **TAPE AGENCY**

### **PROYEK AKHIR**

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan

Program Diploma IV

Program Studi Manajemen Konvensi dan Event

Politeknik Pariwisata NHI Bandung



Disusun Oleh

**Tsany Naufal Hafidz**

**201822677**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN KONVENSI DAN EVENT**

**JURUSAN PERJALANAN**

**POLITEKNIK PARIWISATA NHI BANDUNG**

**2022**

## LEMBAR PENGESAHAN

### LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL PROYEK AKHIR

"EFEKTIVITAS PERSONAL SELLING DI DOUBLE TAPE AGENCY"

NAMA : TSANY NAUFAL HAFIDZ  
NIM : 201822677  
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN KONVENSI DAN EVENT

Pembimbing Utama,



**Bagus Githa Adhitya Muhammad,**  
MM.Par., CEP., CEM., CEE.

Pembimbing Pendamping,



**Dendv Sundavana, S.Si., M.M Par.**

NIP. 19731001 200502 1 001

Bandung,..... Juni 2022

Mengetahui,  
Kabag. Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan

**Dr. ER. Ummi Kalsum, S.sos., MM.Par., CHRMP**  
NIP. 19730723 199503 2 001

# LEMBAR PENGESAHAN

## LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI/PROYEK AKHIR/TUGAS AKHIR

### EFEKTIVITAS PERSONAL SELLING DI DOUBLE TAPE AGENCY

NAMA : Tsany Naufal Hafidz  
NIM : 201822677  
PROGRAM STUDI : Manajemen Konvensi dan Event

Pembimbing Utama,



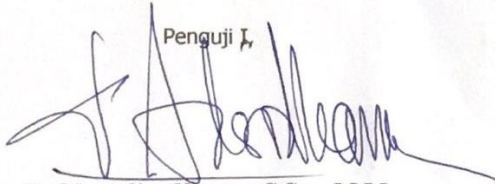
**Bagus Githa Adhitya  
Muhammad, MM.Par., CEP.,  
CEM., CEE**

Pembimbing Pendamping,



**Dendy Sundayana, S.Si., M.M  
Par.  
NIP. 19731001 200502 1 001**

Penguji I,



**Deddy Adisudharma S.Sos, M.M  
NIP. 19700210 200312 1 001**

Penguji II,



**Marsianus Raga, M.M.Par.  
NIP. 19751024 200902 1 001**

Bandung, 30 Agustus 2022

Mengetahui,

Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerja Sama

**Dr. ER. Ummi Kalsum, MM. Par., CHRMP.**  
19730723 199503 2 001

Menyetujui,

Direktur Politeknik NHI Bandung

**Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc**  
NIP. 19710506 199803 1 001



## SURAT PERNYATAAN MAHASISWA

### PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Tsany Naufal Hafidz  
Tempat/Tanggal Lahir : Bandung, 22 November 2000  
NIM : 201822677  
Program Studi : Manajemen Konvensi dan Event  
Jurusan : Perjalanan

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir/Proyek Akhir yang berjudul:  
**Efektivitas Personal Selling Di Double Tape Agency**  
ini adalah merupakan hasil karya dan hasil penelitian saya sendiri, bukan merupakan hasil penjiplakan, pengutipan, penyusunan oleh orang atau pihak lain atau cara-cara lain yang tidak sesuai dengan ketentuan akademik yang berlaku di Politeknik Pariwisata NHI Bandung dan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
2. Dalam Tugas Akhir/Proyek Akhir ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang atau pihak lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan sumber, nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Surat Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila dalam naskah Tugas Akhir/Proyek Akhir ini ditemukan adanya pelanggaran atas apa yang saya nyatakan di atas, atau pelanggaran atas etika keilmuan, dan/atau ada klaim terhadap keaslian naskah ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Politeknik Pariwisata NHI Bandung ini serta peraturan-peraturan terkait lainnya.
4. Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, 20 Juni 2022

Yang membuat pernyataan,



Tsany Naufal Hafidz

## ABSTRAK

PT. Cakrawala Media Baru atau yang biasa disebut Double Tape Agency. Dalam mendapatkan penghasilan untuk perusahaannya Double Tape Agency melakukan kegiatan *pitching* ataupun penunjukan langsung dari klien melalui kegiatan promosi *personall selling*. *Personal selling* sebagai salah satu unsur *promotion mix* memiliki peranan penting karena dapat membuat terciptanya segala macam hubungan, dari hubungan objektif antara pembeli dan penjual hingga persahabatan personal yang mendalam dimana hal ini bisa menciptakan hubungan jangka panjang antara penjual dan pembeli (Halim, 2016)., untuk itu peneliti tertarik untuk membahas lebih lanjut dalam penelitian yang berjudul : “Efektivitas *Personal Selling* di Double Tape Agency” dengan menggunakan 4 indikator dalam melakukan pengukurannya yaitu *communication ablity*, *product knowledge*, *creativity*, *empathy*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kegiatan *personal selling* yang dilakukan oleh Double Tape Agency dinyatakan sangat baik, meskipun masih ada indikator yang dapat ditingkatkan lagi. Rekomendasi yang diberikan untuk mempertahankan dan meningkatkan kegiatan *personal selling* yaitu mengikuti kegiatan pelatihan bagi *sales person*, memberikan sertifikasi kompetensi mengenai *communication skills*, mempunyai seragam untuk kegiatan lapangan perusahaan, mengikuti kegiatan pelatihan *produk knowledge*, mengubah desain *credential* perusahaan, dan memberikan ucapan ulang tahun kepada perusahaan yang dituju.

**Kata Kunci :** *Personal selling*, *communication ablity*, *product knowledge*, *creativity*, *empathy*.

## ***ABSTRACT***

PT.Cakrawala Media Baru, also known as Double Tape Agency, conducts pitching operations or direct client appointments through personal selling promotional efforts in order to generate cash for their business. Because it can foster a variety of ties, including both objective relationships between buyers and sellers and deep personal friendships that can foster long-lasting relationships between sellers and customers, personal selling plays a crucial role in the promotion mix (Halim, 2016). In order to measure personal selling effectiveness in double-tape agencies, researchers are interested in employing four different indicators: communication skills, product knowledge, inventiveness, and empathy.

The findings indicated that Double Tape Agency's personal selling efforts were deemed to be very good, while there were still some areas that might be improved. The advice given is to participate in salesperson training activities, offer competency certification for communication skills, have uniforms for company field activities, participate in product knowledge training activities, change the design of company credentials, and wish companies happy birthday.

**Keywords: Personal selling, communication ability, product knowledge, creativity, empathy.**

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti haturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti. Sehingga peneliti diberikan kekuatan dan waktu yang cukup untuk menyelesaikan Proyek Akhir yang berjudul '**Efektivitas Personal Selling di Double Tape Agency**'.

Dalam penyusunan Proyek Akhir ini, peneliti mendapat banyak dukungan dan dorongan baik secara moral maupun material dari berbagai pihak. Dengan ini, dalam kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu peneliti dalam penyusunan Proyek Akhir ini, yaitu :

1. Bapak Andar Danova L. Goeltom, S. Sos., M. Sc., selaku Direktur Politeknik Pariwisata NHI Bandung,
2. Ibu Dr. E. R. Umami Kalsum, MM. Par, CHM., CHRMP., selaku Kepala Bagian Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerja Sama Politeknik Pariwisata NHI Bandung,
3. Bapak Marsianus Raga S.ST.Par.,MM.Par.,CEE selaku Ketua Jurusan Perjalanan,
4. Bapak Reza Nurizki, S.pd, M.Sc selaku Ketua Program Studi Manajemen Konvensi dan Event.
5. Bapak Bagus Githa Adithya Muhammad, M.M. Par., CEP., CEM., CEE selaku pembimbing utama,
6. Bapak Dendy Sundayana S.Si., M.M.Par., selaku pembimbing pendamping,
7. Double Tape Agency selaku lokus dalam penelitian ini yang sudah memperbolehkan peneliti melakukan penelitian,



8. Kak Farah, Mas Beni, Kak Christy, Elfrietha, Samantha, Dito, Gilang, Dion, Melati, Naura, Putri, Cindy, Azizah yang sudah membantu peneliti dan menyemangati selama penyusunan Proyek Akhir
9. Teman, kerabat, dan keluarga yang telah membantu peneliti dalam penyelesaian penyusunan Proyek Akhir ini,
10. Rekan-rekan seperjuangan dari program studi Manajemen Konvensi dan Event.
11. Seluruh pihak lain yang tidak dapat peneliti sebutkan satu per satu namanya.

Akhir kata peneliti menyadari bahwa Proyek Akhir ini masih memiliki kekurangan. Oleh karenanya peneliti mengharapkan kritik serta saran dari Proyek Akhir ini untuk penyempurnaan isi. Semoga Proyek Akhir ini memiliki manfaat membangun untuk berbagai pihak.

Bandung, Mei 2022

Peneliti

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	2
MOTTO .....	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	Error! Bookmark not defined.
SURAT PERNYATAAN MAHASISWA.....	5
ABSTRAK.....	6
<i>ABSTRACT</i> .....	7
KATA PENGANTAR .....	8
DAFTAR ISI.....	10
DAFTAR TABEL.....	12
DAFTAR GAMBAR .....	13
BAB I.....	Error! Bookmark not defined.
A. Latar Belakang Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
B. Rumusan Masalah .....	Error! Bookmark not defined.
C. Tujuan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
D. Manfaat Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
BAB II.....	Error! Bookmark not defined.
A. Kajian Teori.....	Error! Bookmark not defined.
1. Efektivitas <i>Personal Selling</i> .....	Error! Bookmark not defined.
2. Pemasaran.....	Error! Bookmark not defined.
3. Bauran Pemasaran .....	Error! Bookmark not defined.
4. Bauran Promosi .....	Error! Bookmark not defined.
B. Kerangka Pemikiran.....	Error! Bookmark not defined.
BAB III .....	Error! Bookmark not defined.
A. Desain Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
B. Obyek Penelitian .....	Error! Bookmark not defined.
C. Populasi dan Sampel .....	Error! Bookmark not defined.
D. Metode Pengumpulan Data .....	Error! Bookmark not defined.

E.	Definisi Operasional Sub variabel .....	Error! Bookmark not defined.
F.	Analisis Data .....	Error! Bookmark not defined.
G.	Jadwal Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
BAB IV .....		Error! Bookmark not defined.
A.	Data Temuan .....	Error! Bookmark not defined.
1.	Profile Responden .....	Error! Bookmark not defined.
2.	Sub variabel <i>Communication Ability</i> .....	Error! Bookmark not defined.
3.	Sub variabel Product Knowledge .....	Error! Bookmark not defined.
4.	Sub variabel Creativity .....	Error! Bookmark not defined.
5.	Sub variabel <i>Empathy</i> .....	Error! Bookmark not defined.
B.	Pembahasan.....	Error! Bookmark not defined.
1.	<i>Communication Ability</i> .....	Error! Bookmark not defined.
2.	<i>Product Knowledge</i> .....	Error! Bookmark not defined.
3.	<i>Creativity</i> .....	Error! Bookmark not defined.
4.	<i>Empathy</i> .....	Error! Bookmark not defined.
BAB V .....		Error! Bookmark not defined.
A.	Simpulan.....	Error! Bookmark not defined.
1.	<i>Communication Ability</i> .....	Error! Bookmark not defined.
2.	<i>Product Knowledge</i> .....	Error! Bookmark not defined.
3.	<i>Creativity</i> .....	Error! Bookmark not defined.
4.	<i>Empathy</i> .....	Error! Bookmark not defined.
B.	Rekomendasi .....	Error! Bookmark not defined.
1.	<i>Communication Ability</i> .....	Error! Bookmark not defined.
2.	<i>Product Knowledge</i> .....	Error! Bookmark not defined.
3.	<i>Creativity</i> .....	Error! Bookmark not defined.
4.	<i>Empathy</i> .....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA .....		<b>14</b>
LAMPIRAN.....		Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN 2 .....		Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN 3 .....		Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN 4 .....		Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN 5 .....		Error! Bookmark not defined.

LAMPIRAN 6.....Error! Bookmark not defined.

LAMPIRAN 7.....Error! Bookmark not defined.

## DAFTAR TABEL

- TABEL 1 TARGET DAN REALISASI *EVENT* MELALUI *PERSONAL SELLING* Error!  
Bookmark not defined.
- TABEL 2 DAFTAR TARGET PERUSAHAAN YANG BERPOTENSI BEKERJA SAMA  
PADA TAHUN 2020 & 2021.....Error! Bookmark not defined.
- TABEL 3 DAFTAR TARGET PERUSAHAAN YANG BERPOTENSI BEKERJA SAMA  
PADA TAHUN 2020 & 2021.....Error! Bookmark not defined.
- TABEL 3 DAFTAR TARGET PERUSAHAAN YANG BERPOTENSI BEKERJA SAMA  
PADA TAHUN 2020 & 2021 (LANJUTAN)Error! Bookmark not defined.
- TABEL 4 BOBOT PENILAIAN KUESIONER .....Error! Bookmark not defined.
- TABEL 5 MATRIKS OPERASIONAL SUB VARIABEL (MOV)Error! Bookmark not defined.
- TABEL 6 MATRIKS OPERASIONAL SUB VARIABEL (MOV) LANJUTANError!  
Bookmark not defined.
- TABEL 7 HASIL UJI VALIDITAS.....Error! Bookmark not defined.
- TABEL 8 HASIL UJI VALIDITAS (LANJUTAN) .Error! Bookmark not defined.
- TABEL 9 HASIL UJI RELIABILITAS .....Error! Bookmark not defined.
- TABEL 10 JADWAL PENELITIAN .....Error! Bookmark not defined.
- TABEL 1 TABEL DISTRIBUSI FREKUENSI *COMMUNICATION ABILITY*Error! Bookmark  
not defined.
- TABEL 12 TABEL DISTRIBUSI FREKUENSI *PRODUCT KNOWLEDGE* Error! Bookmark  
not defined.
- TABEL 13 TABEL DISTRIBUSI FREKUENSI *CREATIVITY*Error! Bookmark not defined.
- TABEL 14 TABEL DISTRIBUSI FREKUENSI *EMPATHY*Error! Bookmark not defined.
- TABEL 15 PENENTUAN NILAI MAKSIMUM DAN MINIMUM GARIS KONTINUM Error!  
Bookmark not defined.
- TABEL 16 PERHITUNGAN BOBOT FREKUENSI PENILAIAN *COMMUNICATION  
ABILITY*.....Error! Bookmark not defined.
- TABEL 17 PERHITUNGAN BOBOT FREKUENSI PENILAIAN *PRODUCT KNOWLEDGE*  
.....Error! Bookmark not defined.
- TABEL 18 PERHITUNGAN BOBOT FREKUENSI PENILAIAN *CREATIVITY* Error!  
Bookmark not defined.
- TABEL 19 PERHITUNGAN BOBOT FREKUENSI PENILAIAN *EMPATHY*Error! Bookmark  
not defined.
- TABEL 20 PERHITUNGAN TOTAL RATA – RATA EFEKTIVITAS *PERSONAL SELLING*  
DI DOUBLE TAPE AGENCY .....Error! Bookmark not defined.

## DAFTAR GAMBAR

- GAMBAR 1 JENIS KELAMIN RESPONDEN.....Error! Bookmark not defined.
- GAMBAR 2 USIA RESPONDEN .....Error! Bookmark not defined.
- GAMBAR 3 SEKTOR INDUSTRI RESPONDEN ..Error! Bookmark not defined.
- GAMBAR 4 POSISI JABATAN RESPONDEN .....Error! Bookmark not defined.
- GAMBAR 5 DOMISILI RESPONDEN .....Error! Bookmark not defined.
- GAMBAR 6 PENGETAHUAN INFORMASI .....Error! Bookmark not defined.
- GAMBAR 7 LAMA KERJASAMA .....Error! Bookmark not defined.
- GAMBAR 8 PERHITUNGAN SKALA RENTANG PENILAIANError! Bookmark not defined.
- GAMBAR 9 RENTANG PENILAIAN MENGENAI *COMMUNICATION ABILITY* Error!  
Bookmark not defined.
- GAMBAR 10 AWARDS YANG DIPEROLEH DOUBLE TAPE AGENCYError! Bookmark not defined.
- GAMBAR 11 RENTANG PENILAIAN MENGENAI *PRODUCT KNOWLEDGE* Error!  
Bookmark not defined.
- GAMBAR 12 *SALES PERSON* SEDANG MELAKUKAN PRESENTASIEError! Bookmark not defined.
- GAMBAR 13 TAMPILAN SLIDE CREDENTIAL DOUBLE TAPE AGENCY Error!  
Bookmark not defined.
- GAMBAR 14 TAMPILAN SLIDE CREDENTIAL DOUBLE TAPE AGENCYError!  
Bookmark not defined.
- GAMBAR 15 RENTANG PENILAIAN MENGENAI *CREATIVITY*Error! Bookmark not defined.
- GAMBAR 16 TAMPILAN WEBSITE DOUBLE TAPE AGENCYError! Bookmark not defined.
- GAMBAR 17 SOCIAL MEDIA DOUBLE TAPE AGENCY SEDANG MEMUAT INFORMASI MENGENAI EVENT YANG SEDANG BERLANGSUNG Error!  
Bookmark not defined.
- GAMBAR 18 LINKTREE DOUBLE TAPE AGENCYError! Bookmark not defined.
- GAMBAR 19 RENTANG PENILAIAN MENGENAI *EMPATHY*Error! Bookmark not defined.
- GAMBAR 20 *EVENT TRAINING COMMUNICATION SKILL*Error! Bookmark not defined.
- GAMBAR 21 CONTOH SERTIFIKASI KOMPETENSIError! Bookmark not defined.

GAMBAR 22 CONTOH SERAGAM NET.TV.....Error! Bookmark not defined.

GAMBAR 23 *TRAINING PRODUCT KNOWLEDGE* PERUSAHAANError! Bookmark not defined.

GAMBAR 24 CONTOH CREDENTIAL PERUSAHAANError! Bookmark not defined.

GAMBAR 25 UCAPAN SELAMAT ULANG TAHUN KEPADA PERUSAHAAN Error!  
Bookmark not defined.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agnihotri, R., & Krush, M. T. (2015). Salesperson empathy, ethical behaviors, and sales performance: The moderating role of trust in one's manager. *Journal of Personal Selling and Sales Management*, 35(2), 164–174. <https://doi.org/10.1080/08853134.2015.1010541>
- Ahyar, H. dkk. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu. (Issue March).
- Boone, L., & Kurtz, D. (2012). Contemporary marketing 15 th edition. In L. Boone, and D. Kurz, *Harcourt*.
- Bowdin, G. A. J., Allen, J., O'Toole, W., Harris, R., & Mcdonnell, I. (2006). *Events Management, 2nd Edition* (Vol. 1, Issue 69).
- Crittenden, V. L., Crittenden, W. F., & Crittenden, A. B. (2014). Relationship building in the financial services marketplace: The importance of personal selling. *Journal of Financial Services Marketing*, 19(2), 74–84. <https://doi.org/10.1057/fsm.2014.11>
- Eriksson, K., Bergström, S., Carlsson, E., Hartelius, L., Johansson, C., Schwarz, A., & Saldert, C. (2014). Aspects of rating communicative interaction: Effects on reliability and agreement. *Journal of Interactional Research in Communication Disorders*, 5(2), 245–267. <https://doi.org/10.1558/jircd.v5i2.245>
- Getz, D. (2007). The world of planned events. In *Event Studies*. <https://doi.org/10.4324/9781315708027-14>
- Groza, M. D., Locander, D. A., & Howlett, C. H. (2016). Linking thinking styles to sales performance: The importance of creativity and subjective knowledge. *Journal of Business Research*, 69(10), 4185–4193. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.03.006>
- Halim, F. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*.
- İsoraitè, M. (2016). Marketing Mix Theoretical Aspects. *International Journal of Research - GRANTHAALAYAH*, 4(6), 25–37. <https://doi.org/10.29121/granthaalayah.v4.i6.2016.2633>

- Keller, K. L., & Kotler, P. (2015). Marketing Management. In *Boletín cultural e informativo - Consejo General de Colegios Médicos de España* (Vol. 22).
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). Principles of Marketing. In *Invasive Bladder Cancer*.  
[https://doi.org/10.1007/978-1-84628-377-2\\_3](https://doi.org/10.1007/978-1-84628-377-2_3)
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). Creating customer value, satisfaction, and loyalty. In *Marketing Management*.
- Lin, N. H., & Lin, B. S. (2007). The Effect of Brand Image and Product Knowledge on Purchase Intention Moderated by Price Discount. *Journal of International Management Studies*., August, 121–132.
- Ou, C. X., Sia, C. L., & Hui, C. K. (2013). Computer-mediated communication and social networking tools at work. *Information Technology and People*, 26(2), 172–190.  
<https://doi.org/10.1108/ITP-04-2013-0067>
- Rumbiati. (2021). Personal Selling dan Sales Promotion dalam Keputusan Pembelian Sepeda Motor di Kota Sekayu. *Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Bisnis*, 1(2), 118–127.
- Smith, T. M., Gopalakrishna, S., & Smith, P. M. (2004). The complementary effect of trade shows on personal selling. *International Journal of Research in Marketing*, 21(1), 61–76.  
<https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2003.04.003>
- Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*.
- Wang, G., & Netemeyer, R. G. (2004). Salesperson creative performance: Conceptualization, measurement, and nomological validity. *Journal of Business Research*, 57(8), 805–812.  
[https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(02\)00483-6](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(02)00483-6)
- yusuf, M. (n.d.). *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*.