



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

**PENGARUH SALESMANSHIP TERHADAP PENJUALAN DI PT.
MILLENIUM PENATA FUTURES PEKANBARU.**

**OLEH:
MUHAMMAD JAIZ FEBRI**

Penelitian ini dilakukan pada PT. Millenium Penata Futures Pekanbaru Jl. Arifin Ahmad No.12 Pekanbaru. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah produk knowledge, komunikasi, negosiasi, motivasi, dan penampilan berpengaruh secara simultan terhadap penjualan di PT. Millenium Penata Futures Pekanbaru. Populasi dalam penelitian ini diambil dari jumlah konsumen pada tahun 2016 adalah sebesar 106 penjualan dan sampelnya diambil dengan metode Accidental Sampling dengan menggunakan rumus slovin yaitu 67 orang konsumen. Sedangkan metode pengumpulan data menggunakan metode wawancara dan quesioner kemudian diuji dengan metode analisis data menggunakan SPSS. Untuk metode penelitian yang digunakan adalah metode analisis deskriptif-kuantitatif, yaitu analisis yang bertujuan mengubah kumpulan data mentah menjadi bentuk yang mudah dipahami dalam bentuk informasi yang lebih ringkas, setelah itu dilakukan penghitungan untuk menguji data yang diperoleh. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara produk knowledge, komunikasi, negosiasi, motivasi, dan penampilan berpengaruh secara simultan terhadap penjualan di PT. Millenium Penata Futures Pekanbaru. Dari hasil penelitian juga diperoleh perhitungan koefisien determinasi yang menyimpulkan bahwa produk knowledge, komunikasi, negosiasi, motivasi, dan penampilan mampu menjelaskan keputusan penjualan sebesar 80,4 % sedangkan sisanya 19,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Produk Knowledge, Komunikasi, Negosiasi, Motivasi, Dan Penampilan