

## ABSTRAKSI

Makin berkembangnya situasi dunia usaha akhir-akhir ini, menyebabkan makin banyak barang-barang yang dihasilkan dan dijual di pasar. Hal ini menyebabkan perusahaan-perusahaan saling bersaing untuk merebut pasar. Salah satu usaha yang dilakukan untuk merebut pasar adalah melalui promosi. Penjualan tatap muka sebagai salah bentuk promosi, merupakan interaksi antara individu. Penjualan tatap muka harus diarahkan agar calon pembeli memiliki persepsi yang baik terhadap penjual. Hal ini dapat diciptakan melalui pembentukan hubungan antar pribadi antara penjual dan calon pembeli. Dengan adanya hubungan yang baik diharapkan sikap calon pembeli terhadap produk yang dihasilkan juga dapat bersifat positif.

Dengan latar belakang seperti itu maka dalam penelitian ini ingin diketahui *apakah ada hubungan antara persepsi calon pembeli terhadap penjual dalam penjualan tatap muka dan sikap terhadap produk Aqua Guard pada calon pembeli di wilayah Karang Asem Surabaya.* Subjek penelitian terdiri dari ibu-ibu di daerah Karang Asem Surabaya. Pengambilan data dilakukan pada selama lima hari yaitu : pada tanggal 14 - 16 April 1992 dan pada tanggal 21 - 22 April 1992 dengan menggunakan angket untuk mengetahui mengenai :

1. Persepsi calon pembeli terhadap penjual.
2. Sikap calon pembeli terhadap produk Aqua Guard.

Jumlah angket yang disebar ada 42 buah, setelah diteliti lebih lanjut hanya 35 buah yang datanya lengkap dan memenuhi syarat. Selanjutnya kedua angket penelitian dihitung kesahihan dan ketrandalan butirnya. Angket persepsi calon pembeli terhadap penjual yang terdiri dari 50 butir, menghasilkan 33 butir sah dengan angka ketrandalan Hoyt ( $r_{tt}$ ) = 0,891. Sedangkan angket sikap calon pembeli terhadap produk Aqua Guard terdiri dari 50 butir, menghasilkan 35 butir sah dengan angka ketrandalan Hoyt ( $r_{tt}$ ) = 0,894. Setelah dilakukan perhitungan untuk mengetahui kesahihan dan ketrandalan butir-butir angket kemudian diuji normalitas dan linearitas. Uji normalitas sebaran menunjukkan sebaran nilai yang bersifat normal, korelasinya berbentuk linear. Setelah asumsi normalitas dan linearitas kemudian koefisien korelasinya dicari dengan menggunakan teknik Korelasi Momen Tangkar Pearson. Koefisien korelasi yang diperoleh adalah  $r_{xy} = 0,019$  dan  $p = 0,909$ . Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa *tidak ada korelasi yang signifikan antara persepsi calon pembeli terhadap penjual dalam penjualan tatap muka dan sikap terhadap produk Aqua Guard pada calon pembeli di wilayah Karang Asem Surabaya.*

Kemungkinan-kemungkinan yang mempengaruhi hasil penelitian ini dibicarakan dalam bahasan hasil penelitian ini.