

## ABSTRAK

Dengan persaingan yang makin ketat, maka perlu bagi PT. Terra Computer System untuk melakukan analisis terhadap sistem personal selling, karena PT. Terra Computer System selalu melaksanakan sistem personal selling untuk menjual produk-produknya.

Pada penelitian ini, sampel yang diambil adalah konsumen PT. Terra Computer System yang berlangganan secara aktif, yaitu melakukan pembelian secara kontinue setiap bulannya selama 6 tahun terakhir. Hasil yang diperoleh adalah bahwa konsumen akan dibagi menjadi 2 kelompok konsumen, yaitu kelompok konsumen dengan pengambilan kurang dari 5 juta sebulan dan konsumen yang besar pengambilan sebesar 5 juta atau lebih sebulan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada beda antara tingkat kepuasan dan tingkat kepentingan konsumen antara kelompok konsumen dengan pengambilan kurang dari 5 juta dalam sebulan dan kelompok konsumen dengan pengambilan sebesar 5 juta atau lebih dalam sebulan.

Pada kelompok konsumen dengan pengambilan kurang dari 5 juta sebulan, rata-rata tingkat kepuasan secara keseluruhan adalah  $-0.981$  sedangkan rata-rata tingkat kepentingan secara keseluruhan adalah  $3.746$ .

Sedangkan pada kelompok konsumen dengan pengambilan sebesar 5 juta atau lebih dalam sebulan, rata-rata tingkat kepuasan secara keseluruhan adalah  $-0.951$  sedangkan rata-rata tingkat kepentingan secara keseluruhan adalah  $3.768$ .

Tindakan yang dapat dilakukan untuk meningkatkan tingkat kepuasan kelompok konsumen dapat dilakukan dengan cara ketersediaan produk harus cukup, agar tidak terjadi penolakan terhadap permintaan konsumen yang diakrenakan produk yang diminta konsumen tersebut habis; *salesperson* hendaknya memberi tanggapan atas saran dari konsumen, misalnya telepon apabila ada paket khusus yang murah; konsumen akan merasa dirugikan apabila tidak mengetahui bila ada paket khusus yang murah, sebab meskipun konsumen membeli secara paket, tetapi tetap dijual seperti harga normal satuan; *salesperson* hendaknya lebih menunjukkan sikap energik serta dinamik, tidak menunjukkan sikap malas terhadap konsumen, agar konsumen merasa senang dan nyaman untuk menerima kunjungan dari *salesperson*; *salesperson* hendaknya telepon secara rutin untuk penawaran barang; *salesperson* hendaknya mempunyai catatan frekuensi pemesanan dari konsumen, agar apabila ada konsumen yang tidak pesan dalam jangka waktu seminggu dapat ditelpon untuk mengadakan pesawaran barang; variasi produk yang dijual diperbanyak, sehingga konsumen mempunyai pilihan yang lebih bervariasi terhadap produk yang akan dibelinya.