

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *sales force* dari segi kuantitas yaitu jumlah *sales force* dan jumlah kunjungan serta kualitas yaitu *product knowledge* dan kerjasama terhadap volume penjualan.

Objek penelitian ini adalah *sales force* yang dimiliki oleh agen penjualan Telkom Speedy di Bandung. Dalam penelitian ini data didapatkan dengan menyebarkan kuesioner kepada seluruh populasi *sales force* agen penjualan Telkom Speedy Bandung sebanyak 30 orang.

Analisis data menggunakan metode analisis verifikatif. Untuk mengetahui hubungan *sales force* dengan volume penjualan, maka digunakan uji koefisien korelasi *Product Moment Pearson* dan untuk mengetahui besarnya pengaruh *sales force* terhadap volume penjualan maka dilakukan uji koefisien determinasi sedangkan untuk menguji hipotesis digunakan uji statistik t-test.

Dari hasil perhitungan dan analisis yang telah dilakukan didapat hasil bahwa kuantitas dan kualitas *sales force* berpengaruh positif namun lemah sebesar 4,16% terhadap volume penjualan. Sisanya sebesar 95,84% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil perhitungan uji t diperoleh nilai t hitung  $1,10172 < \text{nilai t tabel } 2,04841$  yang menunjukkan bahwa pengaruh kuantitas dan kualitas *sales force* terhadap volume penjualan adalah tidak signifikan.

Kata kunci: Variabel *Sales Force* (Kuantitas dan Kualitas), Variabel Volume Penjualan (Jumlah Unit Produk yang Terjual)