

**PENERAPAN *FIELD SELLING* SEBAGAI BAGIAN DARI  
*PERSONAL SELLING* RUMAH SUBSIDI  
PT. INTI SARANA PUTRA PERKASA  
TUGAS AKHIR**

Disusun Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Ahli Madya  
Manajemen Pemasaran



**Disusun oleh :**

NAUFAL ABIYYU

NIM.5502210032

**PROGRAM DIPLOMA III MANAJEMEN PEMASARAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS SULTAN AGENG TIRTAYASA SERANG  
2024**

## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya sebagai penulis Tugas Akhir berikut:

Judul Tugas Akhir : Penerapan Field Selling Sebagai Bagian Dari Personal  
Selling Rumah Subsidi PT Inti Sarana Putra Perkasa

Nama : Naufal Abiyyu


NIM : 5502210032

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Diploma III Manajemen Pemasaran

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir diatas adalah benar-benar hasil karya asli saya dan tidak memuat hasil karya orang lain, kecuali dinyatakan melalui rujukan yang benar dan dapat di pertanggung jawabkan. Apabila dikemudian hari ditemukan hal-hal yang menunjukkan bahwa sebagian atau seluruh karya ini bukan karya milik saya, maka saya bersedia dituntut melalui hukum yang berlaku. Saya juga bersedia menanggung segala akibat hukum yang timbul dari pernyataan yang secara sadar dan sengaja saya nyatakan melalui lembar ini.

Serang, 19 Juni 2024

an,  
  
Naufal Abiyyu

NIM. 5502210032

## HALAMAN PENGESAHAN

Dengan ini ditetapkan bahwa Tugas Akhir berikut :

Judul : Penerapan *Field Selling* Sebagai Bagian *Dari Personal Selling* Rumah  
Subsidi PT Inti Sarana Putra Perkasa

Nama Mahasiswa : Naufal Abiyyu

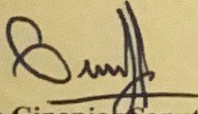
NIM : 5502210032

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Diploma III Manajemen Pemasaran

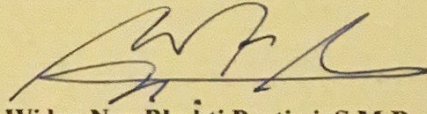
Telah diuji dan dipertahankan pada tanggal 26 Juni 2024 melalui Sidang Tugas Akhir di  
Universitas Sultan Ageng Tirtayasa dan dinyatakan LULUS.

Tanggal  
Pembimbing 1



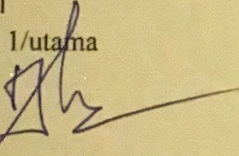
Galih Ginanjar Saputra S.Pd., M.M.  
NIP. 198608012019031013

Tanggal  
Pembimbing 2



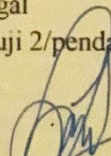
Widya Nur Bhakti Pertiwi, S.M.B., M.M.  
NIP. 199009102019032017

Tanggal  
Penguji 1/utama



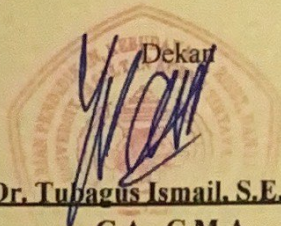
Muhammad Johan Widikusyanto, S.Pd., M.Sc.  
NIP. 201601262095

Tanggal  
Penguji 2/pendamping



Lina Afifatusholihah S.E.I., S.Pd., M.Sc.  
NIP. 199304082019032024

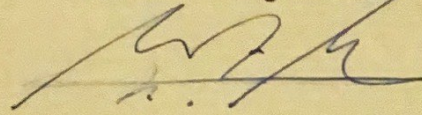
Mengetahui,



Dekan

Prof. Dr. Tubagus Ismail, S.E., M.M., Ak.,  
C.A., C.M.A.  
NIP. 197312302001121001

Koordinator Program Studi



Widya Nur Bhakti Pertiwi, S.M.B., M.M.  
NIP. 199009102019032017

## **MOTO HIDUP**

“Kemarin adalah pengalaman, hari ini adalah pembelajaran, besok adalah masa depan”

“Awali dengan Bismillah akhiri dengan Alhamdulillah, niatkan dengan baik, awali harapan dengan doa dan usaha, Insyaallah, kuncinya jangan ragu sama Allah.”

“Ya Allah, lapangkanlah dadaku, dan mudahkanlah segala urusanku”

(Q.S Taha 25-26)

## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Puji dan Syukur saya panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala Rahmat dan Karunia-Nya. Sehingga saya dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir ini dengan judul “Penerapan *Field Selling* Sebagai Bagian Dari *Personal Selling* Rumah Subsidi PT Inti Sarana Putra Perkasa”

Laporan Tugas Akhir ini merupakan salah satu syarat wajib yang harus ditempuh mahasiswa/i dalam Program Studi DIII Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Dan dalam penyelesaian Laporan Tugas Akhir ini tentunya tidak terlepas dari bantuan dan bimbingan oleh banyak pihak yang telah memberikan masukan-masukan kepada saya. Untuk itu saya mengucapkan terimakasih banyak kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Fatah Sulaiman, S.T., MT. selaku Rektor UNTIRTA
2. Prof. Dr. Tubagus Ismail, SE., MM., Ak., CA., MA., CPA. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sultan Ageng Tirtayasa
3. Ibu Widya Nur Bhakti Pertiwi, S.M.B., M.M. Ketua Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran dan juga selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu dalam proses penulisan Laporan Tugas Akhir.
4. Bapak Galih Ginanjar Saputra S.Pd., M.M. Selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu dalam proses penulisan Laporan Tugas Akhir.
5. Ibu Lina Afifahtusholihah, S.E.I., S.Pd., M.Sc. selaku dosen pembimbing akademik yang selalu membantu dan support selama masa perkuliahan berlangsung.
6. Kedua orang tua saya bapak Bambang Hermawan dan Ibu Ratna Sari yang telah berjuang sehingga saya sampai pada di bangku Pendidikan Tinggi, serta kasih sayang, dukungan dan doa yang selalu diharapkan kepada anak-anaknya

7. Para sahabat remaja masjid dan momotorun yang selalu memberikan dukungan dan doa agar saya cepat menyelesaikan tugas akhir ini
8. Seluruh rekan mahasiswa Diploma III Manajemen Pemasaran angkatan 2021 yang telah menemani sejak semester awal hingga akhir
9. Pak Lutfi dan pak Dzaka pembimbing magang industri yang berkenan di wawancarai dan selalu support dalam pengerjaan tugas akhir ini.
10. Dan seluruh teman, sahabat yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang selalu memberikan dukungan penuh.

Penulis menyadari dalam penulisan Laporan Tugas Akhir ini masih banyak kekurangan baik dari segi materi ataupun teknik penyajian. Untuk itu penulis mohon maaf atas kesalahan penulisan. Penulis juga mengharapkan kritikan dan saran yang membangun agar menjadi lebih baik lagi. Semoga Laporan Tugas Akhir ini bermanfaat bagi pembaca.

Serang, 19 Juni 2024

**Naufal Abiyu**

## DAFTAR ISI

|   |             |
|---|-------------|
| <b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>                            | <b>i</b>    |
| <b>PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR.....</b>                | <b>ii</b>   |
| <b>MOTO HIDUP .....</b>                                   | <b>iii</b>  |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                                | <b>iv</b>   |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                                    | <b>vi</b>   |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                                 | <b>viii</b> |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                                 | <b>ix</b>   |
| <b>ABSTRAK .....</b>                                      | <b>xi</b>   |
| <b>ABSTRACT .....</b>                                     | <b>xii</b>  |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>                             | <b>1</b>    |
| A. Latar Belakang .....                                   | 1           |
| B. Rumusan Masalah Laporan Tugas Akhir.....               | 5           |
| C. Tujuan Penulisan Laporan Tugas Akhir .....             | 5           |
| D. Manfaat Penulisan Laporan Tugas Akhir .....            | 6           |
| <b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>                        | <b>7</b>    |
| A. Pengertian Bauran Pemasaran.....                       | 7           |
| B. Bauran Promosi.....                                    | 9           |
| C. <i>Personal Selling</i> .....                          | 12          |
| 1. Fungsi <i>Personal Selling</i> .....                   | 13          |
| 2. Proses <i>Personal Selling</i> .....                   | 14          |
| 3. Bentuk-bentuk <i>Personal Selling</i> .....            | 16          |
| 4. Sifat <i>Personal Selling</i> .....                    | 17          |
| 5. Keunggulan dan Kelemahan <i>Personal Selling</i> ..... | 17          |

|  |           |
|--|-----------|
| D. <i>Field Selling</i> .....  | 19        |
| 1. <i>Fungsi Field Selling</i> .....   | 19        |
| 2. <i>Manfaat Field Selling</i> .....  | 20        |
| 3. <i>Tujuan Field Selling</i> .....   | 20        |
| 4. <i>Proses Field Selling</i> .....   | 21        |
| E. Penelitian Terdahulu <i>Personal Selling</i> Mempengaruhi Penjualan.....  | 22        |
| <b>BAB III METODE PENULISAN .....</b>  | <b>25</b> |
| A. Objek Penulisan Laporan Tugas Akhir .....   | 25        |
| B. Metode Penulisan Laporan Tugas Akhir.....   | 25        |
| <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>   | <b>29</b> |
| A. Gambaran Umum Perusahaan .....  | 29        |
| 1. Profil Singkat Perusahaan .....   | 29        |
| 2. Visi, Misi .....  | 34        |
| 3. Struktur Organisasi PT Inti Sarana Putra Perkasa.....   | 31        |
| B. Hasil .....   | 34        |
| 1. Penerapan <i>Field Selling</i> PT Inti Sarana Putra Perkasa.....  | 35        |
| 2. Hambatan-hambatan Dalam Penerapan <i>Field Selling</i> Sebagai Bagian<br>Dari <i>Personal Selling</i> Rumah Subsidi PT Inti Sarana Putra Perkasa..... | 47        |
| C. Pembahasan.....   | 49        |
| <b>BAB V PENUTUP.....</b>  | <b>54</b> |
| A. Kesimpulan .....  | 54        |
| B. Saran.....  | 55        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>  | <b>58</b> |
| <b>LAMPIRAN</b>  |           |



## DAFTAR TABEL

|  |    |
|--|----|
| <b>Tabel 1.1</b> Perumahan Serupa di Sekitar .....                         | 3  |
| <b>Tabel 4.1</b> Data Penjualan Rumah Subsidi Periode Maret-Mei 2024 ..... | 45 |

## DAFTAR GAMBAR

|  |    |
|--|----|
| <b>Gambar 1.1</b> Jumlah penduduk indonesia.....         | 1  |
| <b>Gambar 4.1</b> Logo perusahaan.....                   | 32 |
| <b>Gambar 4.2</b> Struktur Perusahaan.....               | 32 |
| <b>Gambar 4.3</b> Katalog Kedaton Grande .....           | 36 |
| <b>Gambar 4.4</b> <i>Screenshoot</i> video.....          | 36 |
| <b>Gambar 4.5</b> Presentasi dengan visualisasi.....     | 43 |
| <b>Gambar 4.6</b> Kriteria Konsumen Kedaton Grande ..... | 44 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|   |    |
|---|----|
| <b>Lampiran 1.</b> Pedoman Wawancara.....             | 59 |
| <b>Lampiran 2.</b> Pedoman Observasi .....            | 60 |
| <b>Lampiran 3.</b> Pedoman Dokumentasi .....          | 61 |
| <b>Lampiran 4.</b> Transkrip Wawancara .....          | 62 |
| <b>Lampiran. 5</b> Catatan Lapangan / Observasi ..... | 65 |
| <b>Lampiran 6.</b> Foto Dokumentasi.....              | 66 |
| <b>Lampiran 7.</b> Kartu Bimbingan Tugas Akhir .....  | 68 |
| <b>Lampiran 8.</b> Biodata Penulis .....              | 70 |

## **ABSTRAK**

### **PENERAPAN *FIELD SELLING* SEBAGAI BAGIAN DARI *PERSONAL SELLING* RUMAH SUBSIDI PT INTI SARANA PUTRA PERKASA**

Tujuan penyusunan Tugas Akhir ini untuk mengetahui penerapan *Field Selling* sebagai bagian dari *Personal Selling* PT Inti Sarana Putra Perkasa. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif. Jenis data yang dikumpulkan adalah data primer yang di dapat dari *supervisor marketing* dan *sales marketing* PT Inti Sarana Putra Perkasa. Sedangkan data sekunder diperoleh dari buku, jurnal ilmiah, perusahaan maupun secara online dari internet. Pengumpulan data dalam tugas akhir ini menggunakan observasi, wawancara, kepustakaan dan dokumentasi data sekunder. Hasil tugas akhir ini menerapkan tahapan-tahapan *field selling* yang di kembangkan oleh Ingram et al., (2015) yang terdiri dari 9 tahapan-tahapan yaitu persiapan, penjadwalan kunjungan, kunjungan lapangan, identifikasi kebutuhan, presentasi produk, penawaran solusi, penanganan keberatan, penutupan penjualan dan tindak lanjut. PT Inti Sarana Putra Perkasa perlu meningkatkan dan mengembangkan efektifitas *field selling* dalam menjangkau dan memenuhi kebutuhan konsumen rumah subsidi.

Kata Kunci: *Field Selling*, *Personal Selling*, PT Inti Sarana Putra Perkasa

## **ABSTRACT**

### ***IMPLEMENTATION OF FIELD SELLING AS PART OF PERSONAL SELLING SUBSIDIZED HOUSES PT INTI SARANA PUTRA PERKASA***

*The purpose of preparing this final assignment is to find out the application of Field Selling as part of PT Inti Sarana Putra Perkasa's Personal Selling. The method used is a descriptive method. The type of data collected is primary data obtained from the marketing and sales marketing supervisor of PT Inti Sarana Putra Perkasa. Meanwhile, secondary data was obtained from books, scientific journals, companies and online from the internet. Data collection in this final assignment uses observation, interviews, literature and secondary data documentation. The results of this final assignment apply the stages of field selling developed by Ingram et al., (2015) which consists of 9 stages, namely preparation, scheduling visits, field visits, identifying needs, product presentation, offering solutions, handling objections, sales closing and follow-up. PT Inti Sarana Putra Perkasa needs to improve and develop the effectiveness of field selling in reaching and meeting the needs of subsidized housing consumers.*

*Keyword : Field Selling, Personal Selling, PT Inti Sarana Putra Perkasa*

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Di era globalisasi penetrasi teknologi informasi dan komunikasi, terutama internet dan telekomunikasi seluler, telah membawa perubahan dalam cara orang berinteraksi, berkomunikasi, dan berbisnis di Indonesia. Akses mudah ke informasi global dan konektivitas yang lebih baik telah membuka peluang perdagangan properti di seluruh Indonesia. Dengan penduduk Indonesia yang terus meningkat pada pertengahan tahun 2023 sebanyak 278,69 (laporan pertumbuhan penduduk, BPS:2023)

| No. | Nama Data | Nilai       |
|-----|-----------|-------------|
| 1   | 2015      | 255.587.500 |
| 2   | 2016      | 258.496.500 |
| 3   | 2017      | 261.355.500 |
| 4   | 2018      | 264.151.600 |
| 5   | 2019      | 266.911.900 |
| 6   | 2020      | 270.203.900 |
| 7   | 2021      | 272.682.500 |
| 8   | 2022      | 275.773.800 |
| 9   | 2023      | 278.696.200 |

Sumber : Badan Pusat Statistik 2023

### **Gambar 1.1 Jumlah penduduk Indonesia**

Gambar 1.1 merupakan gambar pertumbuhan penduduk yang terus meningkat sehingga menyebabkan peningkatan permintaan terhadap penyediaan perumahan yang mengakibatkan terjadinya pertumbuhan pesat di sektor perumahan. Kebutuhan rumah di Indonesia diperkirakan mengalami

peningkatan sebesar 700-800 unit per tahun (KemenPUPR). Angka tersebut berdasarkan pertumbuhan penduduk dan kinerja penambahan stok perumahan. Berdasarkan data Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) Tahun 2020, angka *backlog* kepemilikan perumahan mencapai 12,75 juta. Maraknya perkembangan di sektor perumahan menandakan bahwa terdapat pasar yang cukup besar di sektor perumahan di Indonesia.

Pemerintah Indonesia telah meluncurkan Program Sejuta Rumah (PSR) adalah inisiatif percepatan dan kolaborasi antara pemerintah dan pelaku pembangunan perumahan untuk menyediakan hunian layak bagi masyarakat Indonesia. Direktur Jenderal Perumahan Kementerian PUPR, Iwan Suprijanto, menyatakan bahwa tujuan program ini adalah agar masyarakat dapat menikmati hasil pembangunan infrastruktur dan perumahan yang dilaksanakan pemerintah ungkapnya melalui Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat (2024) . Data menunjukkan peningkatan signifikan dalam realisasi PSR, dengan capaian 79.568 unit pada Februari 2024, naik dari 42.885 unit pada Februari 2023. Iwan optimis capaian PSR akan terus meningkat hingga akhir tahun dengan dukungan semua pihak, mengingat rumah adalah kebutuhan dasar yang harus dipenuhi.

Sektor perumahan di Indonesia ke depannya akan terus berkembang karena setiap daerah masih memiliki potensi lahan yang dapat digunakan untuk membangun penyediaan perumahan bagi masyarakat. Sehingga dalam jangka panjang sektor perumahan ini akan memiliki potensi yang besar. Meningkatnya

permintaan masyarakat akan perumahan menjadikan sektor perumahan sebagai mesin utama penggerak perekonomian.

Masuknya berbagai pengembang dan proyek perumahan serupa di Kota Serang, persaingan di pasar rumah subsidi menjadi semakin ketat. Saat ini, diperkirakan ada sekitar 20 perumahan serupa yang bersaing untuk menarik minat dan memenangkan kepercayaan konsumen. Dalam menghadapi tantangan ini, para pengembang properti dituntut untuk meningkatkan strategi penjualan mereka guna membedakan diri dari pesaing dan meraih pangsa pasar yang signifikan.

PT Inti Sarana Putra Perkasa adalah pengembang properti yang membangun perumahan Kedaton Grande, sebuah proyek rumah subsidi yang terletak di Kecamatan Curug, Kota Serang. Perumahan Kedaton Grande berada di area yang kompetitif karena terdapat sekitar empat perumahan serupa di sekitarnya, yang masih pengembangan serta menyebabkan persaingan ketat di pasar properti lokal.

**Tabel 1.1 Perumahan Serupa di Sekitar**

| NO | NAMA PERUMAHAN           | NAMA PENGEMBANG             |
|----|--------------------------|-----------------------------|
| 1  | Sukawana Asri            | Avenue Development          |
| 2  | Bumi Lipatik Bhayangkara | Dwi Griya Sejahtera Group   |
| 3  | Kiara Garden 2           | PT Mega Perkasa Propertindo |
| 4  | Banjar Serang Regency 2  | PT Sinar Deli Nusantara     |

Sumber : Survei Pendahuluan (2024)



Promosi sangat dibutuhkan oleh perusahaan manapun karena disatu pihak untuk menyakinkan konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan sedangkan dipihak lain sangat menentukan suksesnya perusahaan menghadapi persaingan pasar. Promosi merupakan salah satu kegiatan pokok yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, dan untuk tercapainya kepuasan konsumen. Maka dari itu terdapat konsep tentang bauran promosi ( *Promotion Mix* ). Bauran Promosi adalah campuran spesifik alat-alat promosi yang digunakan perusahaan untuk secara *persuasive* mengkomunikasikan nilai pelanggan dan membangun hubungan pelanggan.

Berbagai cara promosi merujuk pada metode atau strategi yang digunakan oleh perusahaan untuk memperkenalkan, mempromosikan, dan meningkatkan penjualan produk atau jasa mereka kepada konsumen. Ini melibatkan penggunaan beragam alat dan teknik untuk menciptakan kesadaran, minat, dan keinginan di antara target pasar mereka. Setiap cara promosi memiliki karakteristik uniknya sendiri dan dapat digunakan secara terpisah atau dalam kombinasi dengan cara lainnya untuk mencapai hasil yang diinginkan. Salah satu tujuan utama dari berbagai cara promosi adalah untuk mengkomunikasikan nilai produk kepada konsumen dan mendorong mereka untuk melakukan pembelian.

Salah satu kegiatan promosi yang dilakukan oleh PT Inti Sarana Putra Perkasa dalam peresaingan yang kompetitif adalah *field selling* sebagai bagian dari *personal selling*, karena *field selling* merupakan salah satu pendekatan

yang masih di gunakan dalam upaya penjualan rumah subsidi karena interaksi tatap muka memungkinkan penjual untuk membangun hubungan yang lebih personal dengan konsumen, tutur divisi *sales marketing* pada PT Inti Sarana Putra Perkasa. Dalam hal ini *field selling* bertujuan menawarkan, memperkenalkan dan memperagakan kegunaanya dari produk yang dipasarkan.

Melihat pentingnya *field selling* dan tantangan yang dihadapi, tugas akhir ini bertujuan untuk mengeksplorasi penerapan *field selling* sebagai bagian dari *personal selling* rumah subsidi. Tugas akhir untuk mengetahui penerapan *field selling* dan hambatan-hambatan dalam pelaksanaan *field selling* di PT Inti Sarana Putra Perkasa.

## **B. Rumusan Masalah Laporan Tugas Akhir**

Masalah laporan tugas akhir dapat disusun sebagai berikut :

1. Bagaimana penerapan *field selling* di PT Inti Sarana Putra Perkasa ?
2. Apa saja hambatan hambatan dalam pelaksanaan penerapan *field selling* ?

## **C. Tujuan Penulisan Laporan Tugas Akhir**

Tujuan dari penulisan laporan tugas akhir ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui penerapan *field selling* di PT Inti Sarana Putra Perkasa
2. Untuk mengetahui hambatan-hambatan dalam pelaksanaan penerapan *field selling*

#### **D. Manfaat Penulisan Laporan Tugas Akhir**

Dengan melakukan penulisan laporan tugas akhir ini, penulis dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

##### 1. Bagi Penulis

Manfaat dari laporan tugas akhir ini adalah untuk mengaplikasikan ilmu yang di peroleh selama kuliah dan magang industri, khususnya dibidang pemasaran.

##### 2. Bagi Pembaca

Laporan tugas akhir ini dapat di gunakan sebagai informasi tambahan dan pemahaman tentang penerapan *field selling* sebagai bagian dari *personal selling*, juga dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk para pembaca.

##### 3. Bagi Akademis

Laporan tugas akhir ini di harapkan digunakan sebagai tambahan informasi dan referensi pada perpustakaan Universitas Sultan Ageng Tirtayasa khususnya yang berkaitan dengan manajemen pemasaran.

##### 4. PT Inti Sarana Putra Perkasa

Laporan tugas akhir ini di harapkan dapat memberikan masukan dan ide bagi perusahaan untuk memperbaiki hambatan-hambatan untuk mencapai tujuan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat* . (2024, Maret 19). Retrieved from Program Sejuta Rumah Hingga Akhir Februari Capai 79.568 Unit: <https://perumahan.pu.go.id/berita/detail/program-sejuta-rumah-hingga-akhir-februari-capai-79568-unit>
- Alma, H. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran jasa* . Bandung: Alfabeta.
- Arisondha, E., Saputra, G. G., Fadhilah, F., & Putri, S. I. (2023). *Peran Personal Selling Dan Penggunaan Aplikasi Klik Indomaret Terhadap Keputusan Pembelian*.
- Badan Pusat Statistik (BPS)*. (2023, Juni 27). Retrieved from Jumlah Penduduk Indonesia di Pertengahan Tahun (2015-2023): <https://www.bps.go.id/indicator/12/1975/1/jumlah-penduduk-pertengahan-tahun.html>
- Cendriansyah, Y., & Mustikasari, A. (2017). Pengaruh personal selling Terhadap Keputusan pada PerumPerumnas perumahan Bumi Parahiyangan Kencana Soreang Bandung. 213.
- Daryanto. (2016). *Media Pembelajaran*. Yogyakarta: Gava Media.
- Dharmmesta, B. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE.
- Firmansyah, M. A. (2020). *Buku Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan, Jawa Timur: CV Penerbit Qiara Media.
- Ingram, T., LaForge, R., Avila, R., Schwepker Jr, C., & Wiliams, M. (2015). *Sales Management: Analysis and Decision Making*. Inggris: Routledge.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2019). *Prinsip-prinsip pemasaran. Jilid 1. Edisi ke-12* . Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 jilid 1 & 2*. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. Jakarta: PT Indeks.

- Perkim.id*. (2023, Juni 22). Retrieved from Seperti Apa Masa Depan Perumahan Indonesia?:<https://perkim.id/perumahan/seperti-apa-masa-depan-perumahan-indonesia/>
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Dalam Pemasaran*. Bandung: Pustaka Setia.
- Spiller, L. (2021). *Selling & Sales Management: Developing Skills for Success*. SAGE.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Suwanto, H. (2017). *Komunikasi Pemasaran Kontekstual*. Bandung: Simbiosis Rekatama.
- Tjiptono, F. (2014). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2016). *Service, quality dan satisfaction 4*. Yogyakarta : Andi.
- Yanto, R. T., & Prabowo, A. L. (2020). *PENGARUH PERSONAL SELLING TERHADAP PENCAPAIAN PENJUALAN PADA PRODUK PEMBIAYAAN KPR BERSUBSIDI DI BANK BTN SYARIAH BANDUNG*.