

ABSTRAKSI

Strategi bisnis difokuskan pada upaya melanggengkan hubungan dan pemuasan pelanggan serta bekerja untuk mengantisipasi kebutuhan dan penyesuaian hasil produk. Salah satu indikasi yang menyebabkan terjadinya gap antara penilaian *market share* SPPBE dengan *net margin* adalah bahwa selama ini *partnership* antara SPPBE PT. Puri Kencana Merdeka Utama dengan para agennya tidak berjalan dengan semestinya. Semakin banyaknya pelanggaran-pelanggaran yang dilakukan oleh agen ataupun oleh SPPBE PT. Puri Kencana Merdeka Utama terhadap kerjasama yang dibuat mengindikasikan bahwa *partnership* tidak berjalan sesuai yang diharapkan. Untuk dapat meningkatkan loyalitas Agen diperlukan adanya karakteristik tenaga penjual dan karakteristik hubungan tenaga penjual. Penelitian ini mempunyai tujuan utama untuk menganalisis pengaruh karakteristik tenaga penjual terhadap loyalitas Agen dan menganalisis pengaruh karakteristik hubungan tenaga penjual terhadap loyalitas Agen.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah explanatory research atau penelitian yang bersifat menjelaskan. Lokasi penelitian dilakukan di SPPBE PT. Puri Kencana Merdeka Utama Semarang sebagai obyek penelitiannya adalah tenaga penjual. Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah seluruh tenaga penjualan Agen SPPBE PT. Puri Kencana Merdeka Utama Semarang, sebanyak 426 tenaga penjual dengan jumlah sampel 81 responden. Jenis dan sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Analisis data yang dipergunakan dalam penelitian ini menggunakan program SPSS.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa karakteristik tenaga penjual mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas agen dan karakteristik hubungan tenaga penjual mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas agen.