

PENGARUH *PERSONAL SELLING* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP  
TINGKAT PENJUALAN PRODUK JAMU MODERN  
DI PT NATURINDO SURYA NIAGA

Oleh:

Muhammad Hanif Ashari

**Intisari**

Penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh *personal selling* dan *brand image* terhadap tingkat penjualan produk jamu modern di PT Naturindo Surya Niaga. Penelitian telah dilaksanakan pada bulan Maret 2023 sampai dengan bulan Juni 2023 di PT Naturindo Surya Niaga yang beralamat di Jalan Ring Road Barat. No. 28, Nogotirto, Kecamatan Gamping, Kabupaten Sleman, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Tujuan penelitian ini adalah: 1) Mengetahui tingkat penjualan produk di PT Naturindo Surya Niaga; 2) Mengetahui kinerja *personal selling* dan *brand image* perusahaan; 3) Mengetahui secara parsial pengaruh variabel *personal selling* dan *brand image* terhadap penjualan produk jamu modern; 4) Mengetahui secara simultan pengaruh variabel *personal selling* dan *brand image* terhadap tingkat penjualan produk jamu modern di perusahaan. Metode penelitian yang dilakukan adalah deskriptif kuantitatif dengan alat analisis regresi linear berganda. Sumber data yang digunakan berupa data primer dan data sekunder. Berdasarkan analisa yang telah dilakukan maka didapatkan hasil bahwa tingkat penjualan produk masih rendah dan dari dua variabel (*personal selling*) dan (*brand image*) yang telah diuji membuktikan bahwa keduanya tidak berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap tingkat penjualan. Ruang lingkup variabel yang sempit menjadi faktor utama mengapa keduanya tidak berpengaruh meskipun dalam pelaksanaannya kedua variabel telah dijalankan dengan baik.

Kata kunci: *brand image*, jamu modern, *personal selling*.