Kinerja merupakan salah satu bentuk hasil karya karyawan, dimana hasil karya ini dapat berwujud pencapaian pekerjaan terhadap standar yang telah ditentukan, atau dapat merupakan hasil karya individu dibandingkan dengan yang lainnya (Ngatno,2005:158).

Kinerja penjualan merupakan memberikan pengaruh positif terhadap efektifitas organisasi penjualan, disamping faktor lainnya yang dapat mempengaruhi efektifitas keseluruhan serta faktor-faktor lain yang berada diluar kendali tenaga penjual, seperti persaingan, politik dan hokum, social budaya, kondisi ekonomi dan sumber serta tujuan perusahaan (Swastha,1988:20).

Tenaga penjual yang mencapai target yang ditetapkan, memberikan kontribusi penting terhadap efektifitas organisasi penjualan. Orentasi strategi perusahaan yang meliputi nilai pelanggan dan lingkup pasar produk perusahaan juga memberikan pengaruh yang segnifikan terhadap efektifitas kinerja penjualan (Wardani,2002:298).Dibawah ini ada beberapa indicator, yaitu :

1. Indikator menurut Ferdinand (2000) yaitu (1) peningkatan volume penjualan, (2) pertumbuhan nilai penjual, (3) pertumbuhan pelanggan
2. Indikator menurut Kotler (2001) yaitu, (1) mencapai target penjualan (2) tingkat kenaikan penjualan, (3) tingkat kenaikan jumlah pelanggan, (4) tingkat kenaikan jumlah penjual
3. Indicator menurut Keller (2001) yaitu, member hasil yang lebih dari lainnya, (2) Mencapai target penjualan, (3) member pengaruh positif dalam penjualan.

**Pengaruh Produk terhadap Kinerja Penjualan**

Menurut Dharmmesta dan Irawan (2001:165) produk adalah suatu sifat yang komplek baik dapat diraba maupun tidak dapat diraba, termasuk bungkus, warna, prestise perusahaan dan pengecer yang diterima oleh pembeli untuk memuaskan keingingan atau kebutuhannya.

Berdasarkan pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa produk diperlukan untuk mempertemukan hasil perusahaan dengan permintaan yang ada agar produk yang diperlukan oleh konsumen memberikan kepuasan pada konsumen dan sekaligus menguntungkan perusahaan. Dalam produk, kinerja penjualan mempunyai hubungan positif dengan keempat variabel bauran pemasaran. Dalam teori diatas maka dapat ditarik rumusan yang diambil hipotesis dalam penelitian ini :

H1 : Terdapat pengaruh positif yang signifikan pada Pengaruh Produk terhadap Kinerja Penjualan pada Honda Dealer Semarang.

**Pengaruh Harga terhadap Kinerja Penjualan**

Berdasarkan nilai tersebut nilai seseorang atau perusahaan bersedian melepaskan barang atau jasa yang dimiliki kepada pihak lain. Di dalam perusahaan, harga suatu barang atau jasa merupakan penentuan bagi permintaan pasar. Harga dapat mempengaruhi posisi persaiangan perusahaan. Keputusan tentang harga tidak pernah boleh dilakukan secara kebetulan.

Pada produk yang umum, penurunan harga dapat menaikkan penjualan, sedangkan pada produk yang membawa citra bergengsi, kenaikan harga akan menaikkan penjualan karena produk dengan harga tinggi akan menunjukkan prestasi seseorang. Dalam harga, kinerja penjualan mempunyai hubungan positif dengan keempat variabel bauran pemasaran. Dalam teori diatas maka dapat ditarik rumusan yang diambil hipotesis dalam penelitian ini :

H2 : Terdapat pengaruh positif yang signifikan pada Pengaruh Harga terhadap Kinerja Penjualan pada Honda Dealer Semarang.

**Pengaruh Lokasi terhadap Kinerja Penjualan**

Dalam kombinasi bauran pemasaran yang mencakup empat komponen pemasaran salah satunya adalah unsur lokasi atau dalam beberapa buku banyak disebutkan sebagai aspek distribusi. Dalam perekonomian sekarang ini, produsen tidak langsung menjual hasil produksinya ke konsumen. Akan tetapi dalam mengembangkan pangsa pasar, produsen banyak ,melalui tahapan perantara untuk memasarkan hasil produksinya.

Penentuan lokasi untuk pemasaran juga mempengaruhi jumlah volume penjual produk yang dihasilkan sebuah perusahaan. oleh karenannya, sebuah perusahaan akan mencari lokasi yang strategis untuk digunakan sebagai lokasi produksi maupun lokasi distribusinya. Dalam lokasi, kinerja penjualan mempunyai hubungan positif dengan keempat variabel bauran pemasaran. Dalam teori diatas maka dapat ditarik rumusan yang diambil hipotesis dalam penelitian ini :

H3 : Terdapat pengaruh positif yang signifikan pada Pengaruh Lokasi terhadap Kinerja Penjualan pada Honda Dealer Semarang.

**Pengaruh Promosi terhadap Kinerja Penjualan**

Promosi mencerminkan kegiatan-kegiatan yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk konsumen untuk membelinya. Jadi, promosi ini merupakan komponen yang dipakai untuk memberikan dan mempengaruhi pasar bagi produk perusahaan. promosi adalah salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Betapapun berkualitasnya suatu produk, bila konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk itu akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan pernah membelinya.

Dalam promosi, kinerja penjualan mempunyai hubungan positif dengan keempat variabel bauran pemasaran. Dalam teori diatas maka dapat ditarik rumusan yang diambil hipotesis dalam penelitian ini :

H4 : Terdapat pengaruh positif yang signifikan pada Pengaruh Promosi terhadap Kinerja Penjualan pada Honda Dealer Semarang.