



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM STUDI MARKETING
COMMUNICATION & ADVERTISING**

ABSTRAKSI

Siti Soffyah

44305120011

Strategi Personal Selling Produk Jasa (Pameran IT) PT. Indocitra Mandiri Perdana
Periode Januari-Juli 2010.

(Studi kasus Strategi Personal Selling PT. Indocitra Mandiri Perdana)

XIII – 80 Halaman; 37 Lampiran

Bibliografi: 20 buku (1995 – 2008)

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perkembangan teknologi informasi yang semakin berkembang pada saat ini. PT. Indocitra Mandiri Perdana yang merupakan perusahaan jasa *event organizer*, mencoba menawarkan jasa produk pameran IT. Produk ini adalah jasa mempresentasikan atau mengenalkan produk *software* dan *hardware* komputer terbaru. Oleh karena itu, pentingnya *personal selling* sebagai unsur utama dalam komunikasi pemasaran langsung, membuat peneliti memilih objek penelitian strategi *personal selling* produk pameran IT PT. Indocitra Mandiri Perdana untuk menjelaskan bahwa strategi *personal selling* pada penjelasan mengenai produk akan lebih jelas kepada konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi *personal selling* pada produk pameran IT PT. Indocitra Mandiri Perdana.

Dalam penelitian ini, strategi *personal selling* yang digunakan mengacu pada pemikiran Gerald L. Manning dan Barry L. Reece. Tahapan strategi *personal selling* seperti: Strategi hubungan (*relationship strategy*), Strategi produk (*product strategy*), Strategi pelanggan (*customer strategy*), Strategi presentasi (*presentation strategy*), dan strategi Kemitraan (*partnering*).

Tipe yang digunakan pada penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan menggunakan metode studi kasus. Teknik pengumpulan data dengan wawancara mendalam terhadap narasumber yaitu bapak Deddy Ramland selaku Direktur utama dan bapak Enrico Ronald Hamzah selaku Manager Marketing PT. Indocitra Mandiri Perdana.

Hasil penelitian yang diperoleh adalah bahwa dalam pelaksanaan strategi *personal selling* pada produk pameran IT ini, PT. Indocitra Mandiri Perdana melakukan tahap-tahap *personal selling* dari tahap membangun hubungan, mengenalkan produk, memprospek pelanggan, melakukan presentasi dan menjalin kemitraan dengan pelanggan.