



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**STRATEGI PERSONAL SELLING PT HAJU MEDICAL
INDONESIA DALAM PEMASARAN PRODUK ALAT
KESEHATAN KECANTIKANNYA**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Strata 1 (S-1) Komunikasi bidang studi Advertising dan marketing komunikasi



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DISUSUN OLEH :
DEVIA HAGIA MSP

44312110044

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCUBUANA

JAKARTA

2017



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

JUDUL :STRATEGI PERSONAL SELLING PT HAJU MEDICAL
INDONESIA DALAM PEMASARAN PRODUK ALAT
KESEHATAN KECANTIKANNYA

Nama : Devia Hagia MSP

Nim : 44312110044

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Komunikasi dan Periklanan

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, Desember 2016

Mengetahui,

Pembimbing

Dadan Iskandar, M.Si

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : **STRATEGI PERSONAL SELLING PT HAJU MEDICAL
INDONESIA DALAM PEMASARAN PRODUK ALAT
KESEHATAN KECANTIKANNYA**

Nama : Devia Hagia MSP


NIM : 44312110044

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication


Jakarta, 29 Desember 2016

Ketua Sidang,
Dr. Afdal Makkuraga., M.Si



(.....)

Penguji Ahli,
Dr. Ahmad Mulyana., M.Si



(.....)

Pembimbing I
Drs. Dadan Iskandar, M.Si



(.....)

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

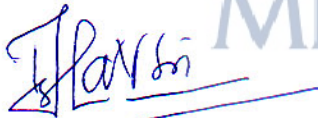
JUDUL : **STRATEGI PERSONAL SELLING PT HAJU MEDICAL
INDONESIA DALAM PEMASARAN PRODUK ALAT
KESEHATAN KECANTIKANNYA**

Nama : Devia Hagia MSP
NIM : 44312110044
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Marketing komunikasi dan periklanan

Jakarta, 03 Desember 2016

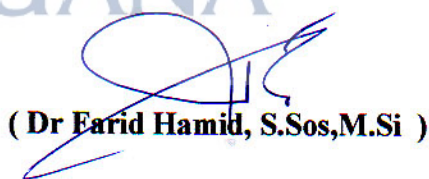
Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing Skripsi



(Dadan Iskandar M.Si)

Ketua Bidang Studi Marcom & Advertising



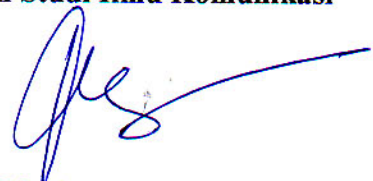
(Dr Farid Hamid, S.Sos,M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Dr. Agustina Zubair, M. Si)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Ponco Budi Sulisty.M.Comn, Ph.D)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat rahmat serta kasih-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang mengambil judul “*Strategi Personal selling PT Haju medical Indonesia dalam pemasaran produk alat kesehatan kecantikannya*”.

Tujuan penulisan skripsi ini untuk memenuhi sebahagian syarat memperoleh gelar Sarjana Komunikasi (S.Kom) bagi mahasiswa program S-1 di program Marketing Komunikasi dan periklanan di Universitas Mercubuana. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini.

Terselesaikannya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan banyak pihak, sehingga pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat penulis menghaturkan terima kasih yang sebesar-besarnya bagi semua pihak yang telah memberikan bantuan moril maupun materil baik langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai, terutama kepada yang saya hormati:

1. Bapak Dadan Iskandar, M.Si. selaku dosen pembimbing yang saya hormati.
2. Bapak Dr Farid Hamid, S. Sos, M.Si. Selaku ketua bidang studi marcom
3. Bapak /Ibu dosen dan staff di lingkungan Universitas Mercubuana khususnya untuk studi Marketing komunikasi dan periklanan yang saya tidak bias sebutkan sattu persatu.
4. Ibu Astried marieska beserta seluruh karyawan PT Haju medical Indonesia yang telah memberikan waktunya untuk saya agar dapat menyelesaikan penelitian ini.
5. Teristimewa kepada Orang Tua penulis Ibu Ayu Fetrana, Ibu Winda Jasmina, da Bpk. Gatot Djoko santoso juga ayah saya yang sudah disurga, yang selalu mendoakan, memberikan motivasi dan pengorbanannya baik dari segi moril, materi kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Buat sahabat – sahabat saya Monica, Indri, baldi, dewi, bintang, rico, ogi,dan lainnya yang tidak bias saya sebutkan semua, dan untuk orang yang paling terkasih Muhammad ajie pancasaka terimakasih atas support

nya. Terima kasih juga kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan menjadi bahan pemasukan.

Jakarta, 23 Desember 2016

Penulis

Devia Hagia MSP

NIM 44312110044



DAFTAR ISI

Kata pengantar	i
Daftar isi	iii
Abstrak	v
Bab I pendahuluan	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	6
1.3 Identifikasi Masalah.....	6
1.4 Tujuan penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	7
Bab II Tinjauan Pustaka	10
2.1 Komunikasi Sebagai salah satu kegiatan pemasaran	10
2.2 Bauran Promosi.....	16
2.3 Komunikasi Antar Pribadi	19
2.4 Personal Selling	30
2.5 Strategi	39
2.6 Strategi Personal Selling	41
2.7 Relationship Marketing	46
2.8 SWOT	49
Bab III Metode Penelitian	57
3.1 Paradigma Penelitian	57
3.2 Tipe Penelitian	58
3.3 Metode Penelitian	59
3.4 Subyek Penelitian	61
3.5 Teknik Pengumpulan data.....	61
3.6 Definisi Konsep	63
3.7 Teknik analisa data	64

Bab IV Hasil Penelitian dan pembahasan	67
4.1 Gambaran Objek Penelitian ..	67
4.2 Hasil Penelitian	76
4.3 Pembahasan	105
BAB V Kesimpulan Dan Saran	116
5.1 Kesimpulan	116
5.2 Saran	120
Daftar Pustaka	122
Lampiran	125

