



***PERSONAL SELLING PT YABETA DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS NEFERTITI PARIS***

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)  
Bidang Studi Advertising & Marketing Communication

Disusun oleh:

**MONICA DAMAYANTI  
44311120059**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCUBUANA**  
**MERCU BUANA**  
JAKARTA  
2016

Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercubuana



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

### LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : ***PERSONAL SELLING PT YABETA  
DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS  
NEFERTITI PARIS***

Nama : Monica Damayanti

NIM : 44311120059

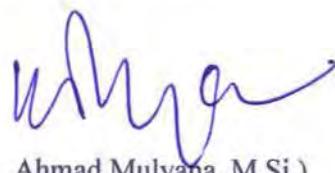
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Periklanan dan Komunikasi Pemasaran

Jakarta, 19 Mei 2016

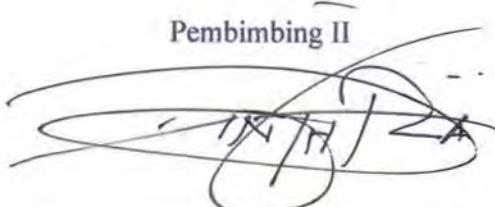
Menyetujui:

Pembimbing I



(Dr. Ahmad Mulyana.,M.Si.)

Pembimbing II



(Ananta Hari Norsasetyo.,M.Ikom)



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

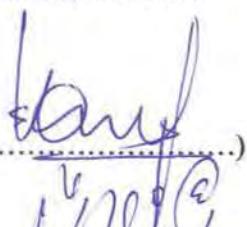
### LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : ***PERSONAL SELLING PT YABETA DALAM DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS NEFERTITI PARIS***

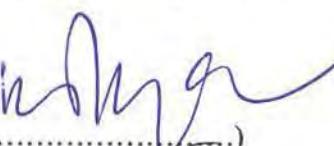
Nama : Monica Damayanti  
Nim : 44311120059  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Periklanan dan Komunikasi Pemasaran

Jakarta, Juni 2016

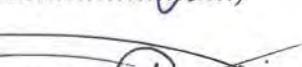
Ketua Sidang,  
(Dr. Yoyoh Hereyah.,M.Si.)

(.....)  


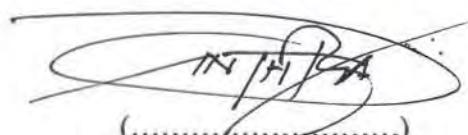
Penguji Ahli,  
( Novi Erlita.,MA. )

(.....)  


Pembimbing I  
(Dr. Ahmad Mulyana.,M.Si. )

(.....)  


Pembimbing II  
( Ananta Hari Norsasetyo.,M.Ikom )

(.....)  




Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

**LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI**

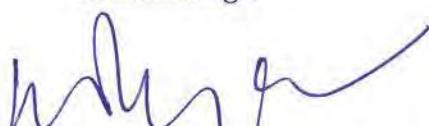
Judul : **PERSONAL SELLING PT YABETA DALAM  
MEMBANGUN BRAND AWARENESS  
NEFERTITI PARIS**

Nama : Monica Damayanti  
NIM : 44311120059  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Periklanan dan Komunikasi Pemasaran

Jakarta, 11 Juni 2016

Disetujui dan diterima oleh,

**Pembimbing I**



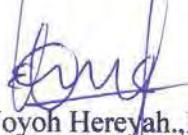
(Dr. Ahmad Mulyana, M.Si.)

**Pembimbing II**



(Ananta Hari Norsasetyo.,M.Ikom)

**Ketua Bidang Studi Periklanan dan Komunikasi  
Pemasaran**



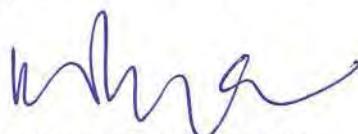
(Dr. Yoyoh Herayah.,M.Si)

**Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi**



(Dr. Agustina Zubair., M.Si)

**Ketua Program Studi Komunikasi**



(Dr. Ahmad Mulyana.,M.Si)

## 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 “*Personal Selling PT Yabeta Dalam Membangun Brand Awareness Nefertiti Paris*”.

Tujuan penulisan skripsi ini untuk memenuhi sebahagian syarat memperoleh gelar Sarjana bagi mahasiswa program S-1. Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, dan banyak kekurangan baik dalam metode penulisan maupun dalam pembahasan materi. Hal tersebut dikarenakan keterbatasan kemampuan Penulis. Sehingga Penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun mudah-mudahan dikemudian hari dapat memperbaiki segala kekurangannya.

Dalam penulisan skripsi ini, Penulis selalu mendapatkan bimbingan, dorongan, serta semangat dari banyak pihak. Oleh karena itu Penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pembimbing yang terhormat,yakni Yth.Bapak Dr. Ahmad Mulyana.,M.Si., selaku Dosen Pembimbing I Dan Bapak Ananta Hari Norsasetyo.,M.Ikom. selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktunya, tenaga dan pikirannya untuk membimbing Penulis dalam penulisan skripsi ini, selain pembimbing tak terhingga terima kasih yang dapat penulis ucapkan kepada kedua orang tua tercinta, Papa Abdul Bello Sanjaya dan Mama Yulianti atas keikhlasan, kesabaran, dan perjuangannya untuk membesarkan dan mendidik penulis agar dapat berguna untuk keluarga, bangsa, dan agama. Dengan beribu doa yang

mereka haturkan agar penulis dapat menempuh pendidikan dengan sebaik-baiknya serta mampu mandiri dan tercapai cita-cita penulis. Tidak lupa juga penulis ucapan rasa terima kasih dan hormat kepada pihak-pihak yang selama ini telah membantu penulis.

1. Ibu Dr. Yoyoh Hereyah.,M.Si selaku Ketua Program Studi Periklanan dan Marketing Komunikasi Universitas Mercu Buana.
2. Bapak Dr. Ahmad Mulyana. M.Si.,selaku pembimbing I penulis atas dukungan, waktu dan tenaganya untuk membantu penulis dalam menyusun skripsi ini. Terima kasih atas support, kesabaran, dan keikhlasannya.
3. Bapak Ananta Hari Norsasetyo.,M.Ikom. selaku pembimbing II penulis atas dukungan, waktu dan tenaganya untuk membantu penulis dalam menyusun skripsi ini. Terima kasih atas support, kesabaran, dan keikhlasannya.
4. Bapak dan Ibu Dosen di Ptogram Studi Periklanan dan Komunikasi Pemasaran Universitas Mercubuana, khususnya di Kampus Menteng yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.
5. Divisi brand Nefertiti Paris yang telah bersedia membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, Ibu Evi Hernawati, Bapak Benny Tjahjadi, Ibu Siti Marjuni beserta team-team lainnya. Terima kasih, tanpa bantuannya, skripsi ini akan sulit diselesaikan.
6. Divisi Marketing PT Yabeta Indonesia Bapak Ronald Rico Sinaga, Bapak Nanda Cahya Wicaksono.
7. Teman-teman di Fikom Universitas Mercubuana yang telah menemani penulis menempuh studi dua tahun ini, Nita Khatulistiwa dan Sukmawati atas

segala semangat dan perhatian yang luar biasa sehingga penulis memiliki motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.

8. Sahabat tersayang Winda Agnes, Rizka dan Dwi Rahayu Widowati yang selalu menemani dan menghibur dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Terimakasih yang tidak terhingga kepada Ibu Juliana Pateh selaku owner PT. Yabeta Indonesia yang sekaligus menjadi inspirasi bagi penulis.

Akhirnya kata, Penulis mengucapkan rasa terima kasih kepada semua pihak dan mohon maaf apabila ada yang tidak tersebutkan. Besar harapan semoga skripsi ini dapat bermanfaat baik bagi penulis sendiri dan umumnya bagi pembaca.



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
ABSTRAK.....	x
ABSTRACT.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	8
1.3 Identifikasi Masalah.....	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Kajian Pustaka.....	12
2.1.1 Penelitian Terdahulu.....	12
2.2 Kajian Teoritis.....	14
2.2.1 Personal Selling.....	14
2.3 Personal Selling Terintegrasi.....	16
2.3.1 Strategi Pemasaran.....	20
2.3.2 Strategi Personal Selling.....	23
2.3.2.1 Sifat-Sifat Personal Selling.....	25
2.3.2.2 Bentuk-bentuk Personal Selling.....	26
2.3.2.3 Tugas Personal Selling.....	27
2.4 Merek.....	32
2.4.1 Manfaat Merek.....	33
2.4.2 Brand Awerness.....	35
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	37
3.1 Paradigma Penelitian.....	37
3.2 Tipe Penelitian.....	37

3.3 Metode Penelitian.....	38
3.4 Subyek Penelitian.....	39
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.5.1 Data Primer.....	40
3.5.1.1 Wawancara.....	40
3.5.1.2 Observasi.....	40
3.5.2 Data Sekunder.....	41
3.6 Teknik Analisis Data.....	41
3.7 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	42
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>44</b>
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	44
4.1.1 Profil PT. Yabeta.....	44
4.1.2 Visi dan Misi.....	45
4.1.3 Profil Produk Nefertiti Paris.....	46
4.2 Hasil Penelitian.....	47
4.2.1 Proses Personal Selling.....	47
4.2.2 Proses Perencanaan dan Pelaksanaan Kegiatan Marketing dan Tujuan Promosi.....	62
4.2.2.1 Segementasi, Targeting, Potitioning.....	65
4.2.2.2 Segmentasi.....	66
4.2.2.3 Targeting.....	66
4.2.2.4 Potitioning.....	67
4.2.3 Pelaksanaan Personal Selling.....	70
4.3 Pembahasan.....	71
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>76</b>
5.1 Simpulan.....	76
5.2 Saran.....	78
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>79</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>81</b>
<b>CURICULUM VITAE.....</b>	<b>82</b>
<b>DAFTAR TABEL</b>	
TABEL Level of Brand awareness.....	