

Personal Selling PT Yabeta Dalam *Membangun Brand Awareness* Nefertiti Paris

Jumlah Halaman : xi + 80 halaman + 1 lampiran
Bibliografi :22 buku + 2 website

ABSTRAK

Kosmetik sangat identik dengan keindahan dan kesehatan tubuh dari ujung rambut sampai kaki. Bagi wanita, produk kosmetik selalu menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari, demi mendapatkan dan mempertahankan kecantikan dari waktu ke waktu Inilah yang menjadi alasan mengapa wanita lebih banyak mengenal berbagai macam kosmetik untuk mereka gunakan setiap hari. Oleh karena itu, Objek penelitian peneliti adalah Nefertiti Paris yang dikeluarkan oleh PT. Yabeta sebagai produk yang dipasarkan. Melalui penelitian ini, peneliti ingin mengetahui proses *personal selling* yang dilakukan PT. Yabeta dalam membangun *brand awareness* Nefertiti Paris.

Tinjauan pustaka menggunakan teori *Personal Selling*, *Personal selling* merupakan salah satu alat promosi yang paling efektif terutama dalam bentuk preferensi, keyakinan dan tindakan pembeli. Menurut Philip Kotler (1997 :224) dalam bukunya manajemen pemasaran.

Tipe Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma penelitian *Post Positivisme* dan metode penelitian studi kasus Robert K. Yin. Peneliti melakukan analisis data pada proses, komponen *personal selling*.

Hasil dari penelitian ini bagaimana pengaruh *personal selling*, promosi penjualan terhadap kesadaran merek dan niat membeli untuk produk kecantikan Nefertiti Paris.Temuan lain adalah bahwa *personal selling* dan *brand awareness* memiliki efek positif terhadap keinginan untuk membeli produk, *personal selling* dan tampilan tidak berpengaruh signifikan untuk variabel kesadaran terhadap merek produk kecantikan Nefertiti Paris serta promosi penjualan mempunyai efek positif pada niat untuk membeli produk kecantikan Nefertiti Paris. Dengan ini, PT Yabeta untuk lebih memperhatikan poin penting yang dapat digunakan untuk memasarkan produk mereka. Teknik analisis data induktif yaitu model-model, teori-teori, konsep, metode perbandingan tetap, serta analisis faktor.

Kata Kunci: *Personal Selling*, promosi penjualan, kesadaran merek, niat untuk membeli

ABSTRACT

Cosmetic is very synonimous with beauty and health of the body from hair to toe. For womens, cosmetical product is always be part of their daily life, to mantain thier day to day beauty is the reason why woman more familiar with wide range of cosmetic product for daily use. Thats why, the object of research is Nefertiti Paris issued by PT Yabeta as Marketed product. Through this study, researcher want to know personal selling process that conducted by PT Yabeta for building brand awareness to Nefertiti Paris

The literature review using personal selling theory, personal selling is one of effective tools of promotional strategy mainly for preference, trust and buying according to Philip Kotler (1997 : 224) in Marketing Management Book

Type of the study use qualitative with post positive reaserch paradigm and studt case method Robert K Yin. The researcher do file analitical process, personal selling componen.

The result of the study will measure how personal selling, selling promotion is affect brand awareness and buying will for beauty product of Nefertiti Paris. Another result is personal selling and brand awareness give positive influence to will of purchase, feature and personal selling will not giving signficant influence to nefertiti paris beauty product, also selling promotion has positive impact to purchasing will of nefertiti paris product. With this, PT Yabeta for more attention to the important points that you can use to market their products . Inductive data analysis technique that models, theories, concepts, methods comparison remains, as well as factor analysis.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Keywords : Personal Selling, Sales Promotion, Brand Awereness, intent to purchase