



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi *Marketing Communication*
Tanty Hertiyanti
44315120067

Aktivitas *Personal Selling* Pada PT. Masagi Tekno Delapan Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan
Jumlah halaman : 5 Bab, V + 123 halaman + 68 lampiran
Bibliografi : 48 acuan. Tahun 1997 - 2017

ABSTRAK

Keberhasilan PT. Masagi Tekno Delapan dalam memperoleh tender proyek yang cukup *significant* dalam waktu 3 tahun sejak perusahaan tersebut dibangun, bukan hanya karena proyek yang dihasilkan cukup berkualitas. Tujuan penelitian yang dilakukan ini untuk mengetahui aktivitas *personal selling* pada PT. Masagi Tekno Delapan dalam mempertahankan loyalitas pelanggan.

Konsep penelitian ini mengacu kepada tahapan aktivitas *personal selling* dari Kotler & Keller yaitu : *prospecting and qualifying, pre-approach, approach, presentation, handling objections, closing dan follow-up*. Dan tinjauan pustaka yang digunakan dalam penelitian ini adalah komunikasi pemasaran, bauran promosi, *personal selling, pemasaran Business To Business* dan loyalitas pelanggan..

Tipe penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif, yaitu mendeskripsikan aktivitas *personal selling* PT. Masagi Tekno Delapan dalam mempertahankan pelanggan. Penelitian kualitatif ini diarahkan pada penggunaan metode studi kasus. Data penelitian diperoleh melalui wawancara mendalam dengan nara sumber dan melalui observasi di lapangan serta kepustakaan berupa buku-buku dan dokumen-dokumen yang berkaitan langsung dengan penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT. Masagi Tekno Delapan melaksanakan tahapan *personal selling* dalam proses awal mencari dan mengkualifikasi prospek, pra-pendekatan, pendekatan, presentasi hingga pada proses *follow-up*. Perkembangan kegiatan *personal selling* pada PT. Masagi Tekno Delapan juga berfokus pada membangun hubungan bisnis jangka panjang (*long term relationship*) dan pelanggan.

Keyword : Personal Selling, Loyalitas Pelanggan.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA