



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi *Marketing Communication & Advertising*
Ayu Nurul Prastika
44314120057

Strategi Komunikasi Pemasaran *D'elegance Clinic* Melalui Aktivitas *Personal Selling* Untuk Menarik Minat Konsumen Tahun 2017

Jumlah Halaman :vii + 60 + 11 lampiran

Bibliografi : 22 acuan, tahun 2001 – 2014

ABSTRAK

Strategi komunikasi pemasaran merupakan suatu proses dimana pihak perusahaan merencanakan hal – hal yang akan ditetapkan untuk diimplementasikan guna mencapai tujuan perusahaan. *Delegance clinic* merupakan klinik bedah plastik yang berada di Gandaria Kebayoran Baru yang berupaya melakukan strategi komunikasi pemasaran yang tepat dan efektif yaitu dengan *personal selling*.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui proses *personal selling* yang dilakukan oleh *beauty consultant* dalam mengkomunikasikan *treatment* bedah plastik. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi dan studi kepustakaan. Peneliti menyajikan uraian mengenai proses *personal selling* sebagaimana adanya yang didapatkan di lokasi penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *beauty consultant* dalam mengkomunikasikan produknya dilakukan sesuai dengan proses *personal selling* menurut pemikiran Kotler dan Armstrong yaitu : identifikasi calon pelanggan, pendekatan, menentukan calon pelanggan, presentasi atau menceritakan, menentukan penjualan, menindaklanjuti. Dan Teknik *personal selling* merupakan Teknik yang cocok digunakan *beauty consultant* dalam mengkomunikasikan jasa bedah plastiknya ke calon konsumen.

Kata Kunci : *personal selling*, Kotler dan Armstrong, Deskriptif Kualitatif