



Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi *Marketing Communication*  
Setyo Budi Utomo  
44315010061

Analisis Pelaksanaan *Personal Selling* Di PT. Vonny Pratama Dalam  
Mempertahankan Loyalitas Pelanggan  
Jumlah halaman : 5 Bab, V + 112 halaman  
Bibliografri : 30 acuan. Tahun 2000 – 2019

### ABSTRAK

Keberhasilan PT. Vonny Pratama dalam memperoleh tender proyek yang cukup *significant* dalam sejak perusahaan tersebut dibangun, bukan hanya karena proyek yang dihasilkan cukup berkualitas. Tujuan penelitian yang dilakukan ini untuk mengetahui aktivitas *personal selling* pada PT. Vonny Pratama 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. Vonny Pratama 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. Vonny Pratama 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. Vonny Pratama juga berfokus pada membangun hubungan bisnis jangka panjang (*long term relationship*) dan pelanggan.

**Kata Kunci** : Analisis Pelaksanaan Personal Selling, Loyalitas Pelanggan.