



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

Nama : WINDI PANDINI (44214110169)
Judul : PENGARUH KOMPETENSI KOMUNIKASI SALES
PROMOTION GIRL TERHADAP BRAND EQUITY
SAMPOERNA A MILD DI KAFE POKARIBS SERPONG
Bibliografi : 134 Halaman, 30 buku (Tahun 2000 – 2015), 7 Jurnal

ABSTRAK

Aktivitas promosi biasanya melibatkan keterampilan bagi tiap-tiap personalnya, seperti kegiatan promosi melalui *sales promotion girl*. Pemilihan penggunaan tenaga sales promotion girl dapat dilakukan berdasarkan pertimbangan produk yang akan dipromosikan. Kesesuaian antara produk yang dipromosikan dengan kualifikasi *sales promotion girls* memungkinkan akan meningkatkan daya Tarik konsumen pada produk yang dipromosikan. Kriteria untuk menjadi seorang SPG sangat beraneka ragam, beberapa *agency* menerapkan standar tertentu dalam upaya *recruitment* SPG. Kriteria yang wajib dimiliki oleh seorang SPG tidak hanya *good looking* tetapi harus memiliki kemampuan dalam berkomunikasi yang baik.

Peneliti ini dilakukan untuk mengetahui sejauhmana pengaruh Kompetensi Komunikasi Interpersonal Sales Promotion Girl terhadap *Brand Equity* Sampoerna A Mild di Kafe Pokaribs Serpong. dengan landasan teori Komunikasi Interpersonal dengan beberapa teori relevan digunakan untuk mendukung teori ini seperti teori *Elaboration Likelihood Model* (ELM) serta didukung dengan berbagai konsep promosi, *Personal Selling*, *Brand* dan *Brand Equity*.

Penelitian ini menggunakan pendekatan *Kuantitatif* dengan tipe penelitian *deskriptif*, dan menggunakan metode *survey*. Kuesioner dibagikan ke 83 responden dari pengunjung Kafe Pokaribs Serpong.

Variabel X memiliki korelasi positif yang kuat terhadap Variabel Y dan hubungan yang signifikan dengan nilai koefisien korelasi 0,851. Hasil uji hipotesis ada pengaruh yang signifikan antara Kompetensi Komunikasi Sales Promotion Girl terhadap Brand Equity Sampoerna A Mild.

Kata kunci : Kompetensi Komunikasi Sales Promotion Girl, Brand Equity