



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Digital Advertising & Marketing Communication
Sri Wulan Sari
44315010021

Strategi *Personal Selling* Karunia Auto 98 Dalam Meningkatkan Minat
Konsumen tahun 2019

Jumlah halaman : Xiii + 97 Halaman + 17 Gambar

Bibliografy : 14 Acuan, Tahun 2000-2016

ABSTRAK

Skripsi ini membahas tentang strategi *Personal selling* di Karunia Auto 98 tahun 2019. Strategi *personal selling* merupakan presentasi pribadi oleh para wiraniaga tenaga penjual perusahaan dalam rangka mensukseskan penjualan dan membangun hubungan dengan pelanggan. *Showroom* mobil Karunia Auto 98 merupakan mobil bekas berkualitas. Jenis mobil bekas yang ditawarkan Karunia Auto 98 adalah SUV *Sport Utility Vehicle* dan minibus dengan tahun pembuatan kendaraan antara 2010 hingga 2018. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi *personal selling* dalam meningkatkan konsumen di Karunia Auto 98, Tangerang. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori mengenai AIDAS, *Attention, Interest, Desaire, Action, Satisfaction*. Untuk menggunakan proses penjualan untuk menggunakan minat konsumen di Karunia Auto 98. Paradigma penelitian ini menggunakan *post-positivisme*. Metode yang digunakan penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi *personal selling* yang dilakukan Karunia Auto 98, yaitu dengan enam tahap-tahapan dalam melakukan penjualannya selama *showroom* ini di bangun sampai sekarang, yaitu *prospecting and qualification, preapproach, approach, presentation, overcoming objection, and closing*, di dalam bentuk enam tahapan ini Karunia Auto 98 berhasil dalam menjalankan penjualan selama setahun berhasil menjual 200 unit mobil bekas. Setiap tahun selalu meningkat. Selain itu pelanggan lama yang datang kembali ke Karunia Auto 98 untuk membeli dan merekomendasikan ke kerabat konsumen.

Kata Kunci: Personal selling.



Mercu Buana University
Faculty of Communication Science
Field of Digital Advertising & Marketing Communication
Sri Wulan Sari
44315010021

Strategies of the *Personal Selling* Gift of Auto 98 In Increasing Consumer Interest in 2019
Number of pages : Xiii + 97 Pages + 17 Images
Biography : References, 2000-2016

ABSTRACT

Thesis it discusses the strategy Personal selling at the 98th Auto Gift 2019. The strategy personal selling is a personal presentation by the company's sales people in order to succeed in sales and build relationships with customers. showroom The Karunia Auto 98 car is a quality used car. The types of used cars offered by Karunia Auto 98 are SUV Sport Utility Vehicle and minibuses with the year of manufacture of vehicles between 2010 and 2018. This study aims to describe the strategy personal selling in increasing consumers at Karunia Auto 98, Tangerang. The theory used in this study is the theory of AIDAS, Attention, Interest, Desire, Action, Satisfaction. To use the sales process to use consumer interest in the Gift of Auto 98. This research paradigm uses post-positivism. Research data obtained through in-depth interviews with informants and through field observations. The results of this study indicate that the strategy personal selling undertaken by Karunia Auto 98, namely with six stages in conducting sales during the showroom was built until now, namely prospecting and qualification, pre-approach, approach, presentation, overcoming objection, and closing, in the form of these six stages Karunia Auto 98 succeeded in running sales for a year successfully selling 200 units of used cars. Every year always increases. In addition old customers who come back to Karunia Auto 98 to buy and recommend to relatives of consumers.

Key Words : Personal selling.