



**IMPLEMENTASI PERSONAL SELLING SEBAGAI
STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM
MEMPERTAHANKAN LOYALITAS PELANGGAN
(Studi Kasus Pada PT Mastersystem Infotama Periode 2022)**

TUGAS AKHIR SKRIPSI

DITA LUCIANA RAHAYU

44318110056

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA
2023**

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dita Luciana Rahayu

NIM : 44318110056

Program Studi : Advertising & Marketing Communication

Judul Laporan Skripsi : Implementasi Personal Selling Sebagai Strategi Komunikasi
Pemasaran Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan
(Studi Kasus Pada PT Mastersystem Infotama Periode 2022)

Menyatakan bahwa laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 27 Februari 2024



Dita Luciana Rahayu

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:



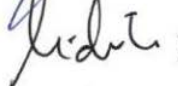
Nama : Dita Luciana Rahayu
NIM : 44318110056
Program Studi : Advertising & Marketing Communication

Judul Laporan Skripsi : Implementasi Personal Selling Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada PT Mastersystem Infotama Periode 2022)

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Advertising & Marketing Communication, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

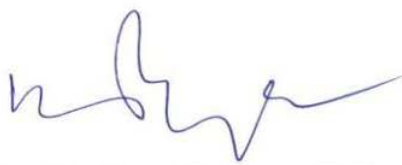
Pembimbing 1 : Melly Ridaryanthi, M.Soc.Sc, Ph.D
NIDN : 0324128202
Ketua Penguji : Andi Pajolloi Bate, S.Ikom, M.A
NIDN : 0303069401
Penguji Ahli : Nindyta Aisyah Dwityas, M.Si
NIDN : 0321018802

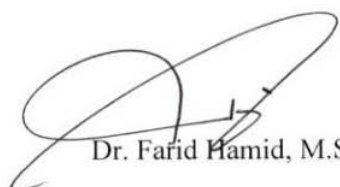
()
()
()

Jakarta, 27 Februari 2024
Mengetahui,

Dekan

Ketua Program Studi


Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si


Dr. Farid Hamid, M.Si

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dita Luciana Rahayu
NIM : 44318110056
Program Studi : Advertising & Marketing Communication
Judul Laporan Skripsi : Implementasi Personal Selling Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada PT Mastersystem Infotama Periode 2022)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 27 Februari 2024

Yang menyatakan,



Dita Luciana Rahayu

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'aalamin, segala puji syukur peneliti penjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“IMPLEMENTASI PERSONAL SELLING SEBAGAI STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MEMPERTAHANKAN LOYALITAS PELANGGAN (STUDI KASUS PADA PT MASTERSYSTEM INFOTAMA PERIODE 2022)”** Tak lupa juga shalawat serta salam senantiasa terlimpah kepada Nabi Muhammad SAW.

Skripsi yang peneliti susun ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Strata 1 (S1) Sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom) di Universitas Mercu Buana Jakarta selama masa penyelesaian skripsi ini, peneliti mendapatkan banyak dukungan dan bantuan. Oleh karena itu peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Melly Ridaryanthi, M.Soc.SC,Ph.D selaku Dosen pembimbing yang telah dengan segenap hati membimbing peneliti serta dukungan kepada peneliti sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Andi Panjolloi Bate, M.Ikom selaku ketua sidang
3. Ibu Nindyta Aisyah Dwityas, M.Si selaku penguji
4. Bapak Prof Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
5. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
6. Ibu Dewi Sad Tanti M.Ikom selaku Dosen mata kuliah Tugas Akhir
7. Seluruh dosen dan staff Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah mengajar dan memberikan berbagai ilmu pengetahuannya kepada peneliti selama masa mahasiswa.
8. Terutama saya berterima kasih kepada diri saya sendiri karena mampu bertanggung jawab untuk menyelesaikan kuliah dan penulisan tugas akhir ini dengan segala macam rintangan dan halangan yang terjadi sepanjang kuliah.

9. Mama saya tercinta, yaitu Mama Rubiah yang sudah memberikan dukungan baik secara emosional dan financial, sehingga saya mampu dan berhasil menyelesaikan pendidikan S1.
10. Partner saya Farizki Tri Indrawan, S.Tr.M yang telah membantu dan memberikan dukungannya agar saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
11. Narasumber Peneliti yang telah meluangkan waktu dalam memberikan segala informasi yang dibutuhkan peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini.
12. PT Mastersystem Infotama yang telah memberikan kontribusi kepada peneliti dalam menyelesaikan Penelitian Tugas Akhir.



Jakarta, 03 Februari 2024

Dita Luciana Rahayu

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Akademis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Kajian Teoretis	17
2.2.1 Komunikasi Pemasaran.....	17
2.2.2 Layanan PT Mastersystem Infotama.....	21
2.2.3 <i>Personal Selling</i>	23
2.2.4 Loyalitas Pelanggan	31
2.2.5 <i>Business-to-Business (B2B)</i>	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	38

3.1 Paradigma Penelitian.....	38
3.2 Metode Penelitian.....	39
3.3 Subyek Penelitian.....	39
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.4.1 Data Primer.....	43
3.4.2 Data Sekunder.....	44
3.5 Teknik Analisis Data.....	44
3.6 Teknik Keabsahan Data.....	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	48
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	48
4.1.1 Visi dan Misi.....	49
4.1.2 Kerjasama.....	50
4.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan.....	51
4.2 Hasil Penelitian.....	53
4.2.1 Penerapan Strategi Pemasaran pada PT Mastersystem Infotama.....	55
4.2.2 Kegiatan <i>Account Manager</i> dari Sales Person.....	56
4.2.3 Mencari Project pada sector IT.....	57
4.2.4 Pendekatan <i>Account Manager</i> Dengan Pelanggan.....	58
4.2.5 <i>Presentation & Demonstration</i>	59
4.2.6 Mengatasi Kendala, Keberatan dan Permasalahan Dalam Memberikan Solusi.....	60
4.2.7 Penutup.....	61
4.2.8 <i>Follow-up</i>	61
4.2.9 Menjaga Hubungan Jangka Panjang dengan Pelanggan.....	62
4.2.10 Loyalitas Pelanggan.....	62
4.3 Pembahasan.....	65
4.3.1 Hasil Penelitian Implementasi Personal Selling yang dilakukan <i>Account Manager</i>	65
4.3.2 Mengkualifikasi dan Menggali Informasi Perencanaan Mengikuti Tender.....	67
4.3.3 <i>Pre-Approach</i> terhadap Pelanggan.....	67

4.3.4	<i>Presentation & Demonstration</i> terhadap Produk	68
4.3.5	<i>Overcoming Objection</i>	68
4.3.6	<i>Closing</i>	69
4.3.7	<i>Follow-up</i>	70
4.3.8	<i>Membangun dan Menjaga Hubungan Baik dengan Pelanggan</i>	70
4.3.9	<i>Hubungan Business-to-Business</i> antara PT Mastersystem Infotama dan Pelanggan	71
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		72
5.1	Simpulan	72
5.2	Saran	73
5.2.1	Saran Akademis	73
5.2.2	Saran Praktis.....	73
DAFTAR PUSTAKA		75
LAMPIRAN		79



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	12
Tabel 3.1 Informan.....	40
Tabel 4.1 Implementasi Personal Selling.....	66



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Sertifikat Cisco Gold Partner	3
Gambar 2.1 Personal <i>Selling</i>	21
Gambar 4.1 Penghargaan partner of the year	49
Gambar 4.2 Partnership.....	50
Gambar 4.3 Komunukasi melalui Whatsapp	57



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Transkrip Wawancara.....	79
Lampiran 2 Dokumentasi.....	90



UNIVERSITAS
MERCU BUANA