



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

**AKTIVITAS PERSONAL SELLING PT. ANEKA FOOD  
TATARASA INDUSTRI DALAM MENINGKATKAN  
KESADARAN MERK KECAP CAP ORANG JUAL SATE PADA  
KHALAYAK KOTA JAKARTA DI RETAIL MODERN TRADE**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana  
Strata 1 (S-1) Komunikasi Bidang Studi Marketing Communication

UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

Disusun Oleh :

**VINKAN AYU WULANDARI**  
44309110096

**FAKULTAS KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCUBUANA  
JAKARTA  
2015**



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

### SURAT PERNYATAAN HASIL KARYA SENDIRI

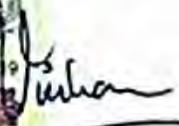
Yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Vinkan Ayu Wulandari  
NIM : 44309110096  
Bidang Studi : Marketing Communication and Advertising

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah benar hasil karya saya sendiri. Apabila mengutip karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai saksi apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjeplakan).

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 18 Maret 2015

METERAI  
STAMP  
A32ADF17450319  
5000  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
  
Vinkan Ayu Wulandari



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

### LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : AKTIVITAS PERSONAL SELLING PT. ANEKA FOOD  
TATASARA INDUSTRI DALAM MENINGKATKAN  
KESADARAN MERK KECAP CAP ORANG JUAL SATE  
PADA KHALAYAK KOTA JAKARTA DI RETAIL MODERN  
TRADE

Nama : Vinkan Ayu Wulandari

NIM : 44309110096

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marcom & Advertising

Jakarta, 18 Maret 2015

Mengetahui,

Pembimbing

(SM. Niken Restaty, Sos, M.Si)



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : AKTIVITAS PERSONAL SELLING PT. ANEKA FOOD  
TATASARA INDUSTRI DALAM MENINGKATKAN  
KESADARAN MERK KECAP CAP ORANG JUAL SATE  
PADA KHALAYAK KOTA JAKARTA DI RETAIL MODERN  
TRADE

Nama : Vinkan Ayu Wulandari

NIM : 44309110096

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marcom & Advertising

Jakarta, 18 Maret 2015

Ketua Sidang,  
Rahmadya Putra Nugraha., M.Si

(.....)

Penguji Ahli,  
Nindyta Aisyah., M.Si

(.....)

Pembimbing I  
SM. Niken Restaty, Sos, M.Si

(.....)



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

### LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : AKTIVITAS PERSONAL SELLING PT. ANEKA FOOD  
TATASARA INDUSTRI DALAM MENINGKATKAN  
KESADARAN MERK KECAP CAP ORANG JUAL SATE  
PADA KHALAYAK KOTA JAKARTA DI RETAIL MODERN  
TRADE

Nama : Vinkan Ayu Wulandari

NIM : 44309110096

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marcom & Advertising

Jakarta, 18 Maret 2015

Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing

(SM. Niken Restaty, Sos., M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dr. Agustina Zubair, M.Si.)

Ketua Bidang Studi Marcom

(Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si)

## KATA PENGANTAR

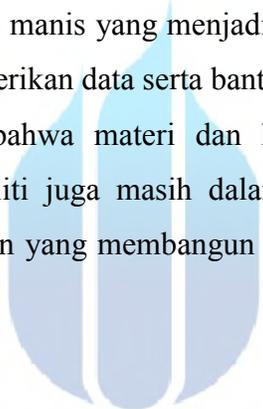
Alhamdulillah Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan kemudahan-Nya, sehingga berhasil menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Personal Selling Dalam Meningkatkan Kesadaran Merk Kecap Cap Orang Jual Sate Bagi Khalayak Kota Jakarta (Studi kasus pada divisi Marketing PT Aneka Food Tatarasa Industri)”.

Proses pengerjaan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan dan bantuan dari berbagai pihak yang turut membantu, baik dari segi moral maupun material. Untuk itu dalam kesempatan ini saya ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang membantu :

1. SM. Niken R. M.Si selaku dosen pembimbing pada skripsi ini yang telah memberikan arahan dan penjelasan dalam hal membuat dan menyusun hingga selesai.
2. Theresia R. Wulandari, Bambang Permadi, dan teman-teman pada PT. Aneka Food Tatarasa Industri yang dalam penelitian ini dijadikan sebagai subjek penelitian dan bisa memberikan peran dan masukan bagi penelitian ini.
3. Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si. selaku Kaprodi Marcomm dan Ira Purwitasari, S.Sos, M.I.Kom. selaku Wakaprodi Marcomm, yang turut membantu selama pendidikan hinggaskripsi ini selesai.
4. Dosen-dosen dan Staff Universitas Mercubuana yang turut membantu selama pendidikan hingga skripsi ini selesai.
5. Kedua Orang tua, adik adik saya, Vanda Putri Wulandari, Batara Tri Nurvidianto, Mama Ennis, Papa Jindi, dan keluarga yang sampai saat ini selalu memberikan support dan semangat agar saya menjadi anak yang berbakti dan bisa memberikan yang terbaik untuk mereka.

6. Tito Sulistio dan Ade Sulistioputra selaku Direktur dari PT. Aneka Food Tatarasa Industri, yang selalu memberikan dukungan dan juga bimbingan sampai dengan skripsi ini selesai.
7. Teman-teman di Marcomm & Advertising 2009 Angkatan 15 yang selalu membantu dan mendukung saya selama proses ini berlangsung.
8. Teman teman saya yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang selalu memberikan dukungan di saat kapan pun saya perlukan : Vita, Nidie, Vindy, Nindy, Eree, Fanny, Melissa, Ventry.
9. Para konsumen kecap manis yang menjadi subjek penelitian dalam penelitian ini dan banyak memberikan data serta bantuan dalam partisipasinya.

Peneliti menyadari bahwa materi dan hasil skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, karena peneliti juga masih dalam tahap belajar. Oleh karena itu, segala bentuk kritik dan saran yang membangun sangat di harapkan demi perbaikan kedepannya.



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 18 Maret 2015

Vinkan A. Wulandari

# DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

ABSTRAK

**BAB I. PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Perumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.4.1 Manfaat Akademis	12
1.4.2 Manfaat Praktis	13

**BAB II. TINJAUAN PUSTAKA**

2.1 Komunikasi Pemasaran	14
2.1.1 Tujuan Komunikasi Pemasaran	15
2.2 Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> )	16
2.3 Bauran Promosi ( <i>Promotion Mix</i> )	18
2.4 Personal Selling	21
2.5 Strategi Personal Selling	22
2.5.1 Prinsip Prinsip Personal selling	22
2.5.2 Keunggulan dan Kelemahan Penjualan Tatap Muka (personal selling)	25
2.6 Analisa SWOT	27
2.7 Kesadaran Merk ( <i>Brand Awareness</i> )	28
2.7 Kecap	29

**BAB III. METODOLOGI PENELITIAN**

3.1 Paradigma	31
3.2 Metode Penelitian	32
3.3 Subyek Penelitian	35
3.4 Teknik Pengumpulan Data	38

3.5 Teknik Analisis Data	39
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	40
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	<b>41</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	41
4.1.1 PT. Aneka Food Tatarasa Industri	41
4.1.2 Produk Kecap Cap Orang Jual Sate	44
4.1.3 Produk Kemasan Baru	44
4.1.4 Area Distribusi	44
4.1.5 Pemasaran	45
4.2 Hasil Penelitian	46
4.2.1 Analisis SWOT	46
4.2.2 Tahap implemmentasi metode SPIN dan 6 langkah personal selling	54
4.2.3 Kesadaran merek konsumen terhadap Kecap Cap Orang Jual Sate	61
4.3 Pembahasan	68
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	<b>73</b>
5.1 Kesimpulan	73
5.2 Saran	76
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN :</b>	
- <b>Transkrip Wawancara</b>	
- <b>Panduan Wawancara</b>	
- <b>Surat Izin Wawancara / Pengambilan data</b>	
- <b>Form Wawancara</b>	
<b>Curriculum Vitae / CV</b>	