



Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi Marketing Communication  
Vinkan Ayu Wulandari  
44309110096

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

Jumlah halaman: v + 77 halaman + 37 lampiran

### ABSTRAK

Sebagai pelezat makanan dan masakan, kecap selalu ada di setiap meja makan dan dapur di masyarakat Indonesia. Untuk campuran sekedar camilan sore dengan tahu panas atau pun menjadi pelengkap sajian masakan dan makanan. Tidak heran jika usaha kecap setiap tahunnya selalu di ramaikan dengan pesaing yang baru. Kecap Cap Orang Jual Sate adalah salah satu brand kecap lokal yang berasal dari Probolinggo, Jawa Timur, dimana penelitian ini ingin mengetahui aktivitas personal selling pada divisi marketing pt. Aneka food tatarasa industri dalam meningkatkan kesadaran merk Kecap Cap Orang Jual Sate pada khalayak kota Jakarta di retail modern trade.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan teori strategi personal selling menurut Kotler dan Keller, dimana disebutkan ada SPIN dan enam langkah aktivitas *personal selling* yang memiliki peranan yang sangat penting dalam upaya meningkatkan kesadaran merk, yaitu mencari calon pelanggan, pra pendekatan, presentasi dan demonstrasi, mengatasi keberatan, penutupan, tindak lanjut dan pemeliharaan.

Metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan studi kasus, menggunakan narasumber sebanyak enam orang, untuk proses pengumpulan data dilakukan dengan teknik wawancara terhadap narasumber dan pengukuran keabsahan data dilakukan dengan triangulasi sumber terhadap hasil wawancara terhadap enam narasumber tersebut.

Dalam kesimpulan peneliti atas penelitian terhadap aktivitas *personal selling* Kecap Cap Orang Jual Sate khususnya pada *modern trade*, yaitu penerapan aktivitas tersebut memiliki peranan yang sangat penting dalam meningkatkan kesadaran merk terhadap Kecap Cap Orang Jual Sate sebagai salah satu kecap lokal dari Probolinggo, Jawa Timur untuk dapat bersaing terhadap merk merk kecap nasional di Indonesia.