



**STRATEGI *PERSONAL SELLING* PT ABBOTT INDONESIA DALAM  
MEMASARKAN PRODUK ETHICAL**

SKRIPSI

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

Disusun oleh :  
**MAIMA SIAHAAN**  
**44310120018**

UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2015**

**LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI**

Judul Skripsi : **STRATEGI *PERSONAL SELLING* PT ABBOTT INDONESIA  
DALAM MEMASARKAN PRODUK ETHICAL**

Nama : Maima Siahaan

NIM : 44310120018

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Program Studi : Advertising and Marketing Communication

Jakarta, 28 Juni 2015

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Mengetahui,  
Pembimbing



**(Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si)**

**LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI**

Judul Skripsi : **STRATEGI *PERSONAL SELLING* PT ABBOTT INDONESIA  
DALAM MEMASARKAN PRODUK ETHICAL**

Nama : Maima Siahaan

NIM : 44310120018

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Program Studi : Advertising and Marketing Communication

Jakarta, 28 Juni 2015

Disetujui dan diterima oleh :

Pembimbing



(Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Bidang Studi Advertising and Marketing Communication



(Dr. Agustina Zubair, M.Si)



(Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si)

**LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI**

Judul Skripsi : **STRATEGI *PERSONAL SELLING* PT ABBOTT INDONESIA  
DALAM MEMASARKAN PRODUK ETHICAL**

Nama : Maima Siahaan

NIM : 44310120018

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Program Studi : Advertising and Marketing Communication

Jakarta, 28 Juni 2015

1. Ketua Sidang

**Dr. Ahmad Mulyana, M.Si**

(  )

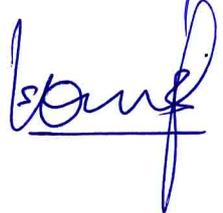
2. Penguji Ahli

**Dr. Morissan, M.A**

(  )

3. Pembimbing

**Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si**

(  )

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus yang telah memberikan kasih dan anugrah-Nya kepada penulis dapat menyelesaikan penyusunan Skripsi ini dengan baik. Skripsi ini disusun dengan judul : **“Strategi *Personal Selling* PT Abbott Indonesia Dalam Memasarkan Produk Ethical”**

Didalam penyusunan Skripsi ini, penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan-kekurangan, untuk itu segala kritik dan saran bersifat membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan Skripsi ini.

Disamping itu penulis juga tidak lupa mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu serta memberikan dukungan kepada penulis, terutama pada :

1. Ibu Dr. Yoyoh Hereyah M.Si. selaku pembimbing dan Ketua Bidang Studi Advertising & Marketing Communication.
2. Bapak Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Ketua Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Seluruh dosen pengajar di Fakultas Ilmu Komunikasi jurusan Advertising & Marketing Communication
4. Para Staff TU Fakultas Ilmu Komunikasi Mercu Buana
5. Kedua orang tua dan kakak penulis yang selalu memberikan semangat dan dukungan yang besar dalam bentuk materil, moral mau pun spiritual

sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan baik dan tepat waktu. Semoga Tuhan selalu memberkati mereka.

6. Orang-orang yang selalu mencibir dan meremehkan penulis, yang menjadi semangat penulis dalam menyelesaikan penulisan Skripsi ini.
7. Kepada teman-teman terbaik saya : Louise, Lasya, Yusie, Erdi, Herbet dan Juno terima kasih atas dukungannya dan menjadi teman yang baik dari beberapa semester terakhir ini.
8. Kepada sahabat terbaik saya Shelly yang selalu memberikan saya semangat dan dukungan untuk menyelesaikan Skripsi ini dengan baik.
9. Kepada PT. Abbott Indonesia yang memberikan dukungan dan mengizinkan penulis untuk meneliti strategi pemasaran perusahaan sebagai Skripsi.
10. Dan kepada semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu yang membantu memberikan dorongan semangat hingga terselesaikannya skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa perancangan Skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan dan jauh dari sempurna. Penulis berharap Skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membaca.

Jakarta, 28 Juni 2015

Maima Siahaan

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR .....	iiv
ABSTRAKSI .....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1. Manfaat Teoritis :.....	6
1.4.2. Manfaat Praktis :.....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>8</b>
2.1 Komunikasi Sebagai Salah Satu Kegiatan Pemasaran .....	8
2.2 Komunukasi Antar Pribadi .....	13
2.3 Bauran Pemasaran .....	15

2.4 Bauran Romosi .....	17
2.5 Personal Selling .....	19
2.5.1 Definisi Personal Selling .....	19
2.5.2 Keunggulan dan Kelemahan Personal Seling .....	21
2.5.3 Jenis-Jenis Personal Selling .....	22
2.5.4 tugas Pesonal Selling .....	23
2.6 Strategi Personal Selling .....	24
2.7 Personal Selling Sebagai Pemasaran Perusahaan .....	29
2.8 Karakteristik dan Pemasaran Produk Ethical .....	31
2.9 Mengelola Tenaga Penjual .....	33
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>36</b>
3.1 Para Digma Penelitian .....	36
3.2 Tipe Penelitian .....	37
3.3 Metode Penelitian .....	38
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	39
3.4.1 Data Primer .....	39
3.4.2 Data Sekunder .....	40
3.5 Key Informan .....	40
3.6 Definisi Konsep .....	41
3.7 Fokus Penelitian .....	41
3.8 Teknik Analisa Data .....	43
3.9 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data .....	44

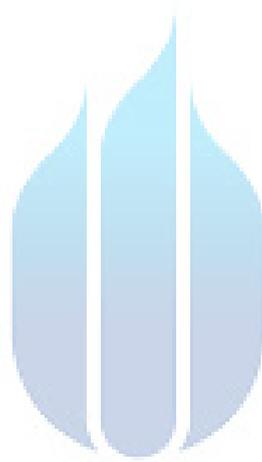
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1 Gambaran Objek Penelitian.....	45
4.1.1 Sejarah Singkat PT Abbott Indonesia.....	45
4.1.2 Profile PT Abbott Indonesia.....	48
4.2 Hasil Penelitian.....	51
4.2.1 Perencanaan Personal Selling.....	51
4.2.1.1 Analisa Situasi .....	52
4.2.1.2 Analisa S.W.O.T.....	54
4.2.1.3 Target Market.....	59
4.2.1.4 Jenis Komunikasi dan Alat Komunikasi.....	60
4.2.1.5 Perumusan Personal Selling.....	62
4.2.2 Implementasi Personal Selling.....	63
4.2.2.1 Prospecting for Customer.....	64
4.2.2.2 Opening the Relationship.....	65
4.2.2.3 Qualifying the Prospect.....	67
4.2.2.4 Presenting the Sales Message.....	68
4.2.2.5 Closing Sales.....	70
4.2.2.6 Servicing the Account.....	73
4.2.3 Evaluasi Personal Selling.....	74
4.3 Pembahasan.....	77
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	 88
5.1 Kesimpulan.....	88

5.2 Saran.....	90
5.2.1 Saran Akademis.....	90
5.2.2 Saran Praktis.....	91

DAFTAR PUSTAKA

CURICULUM VITAE

DAFTAR LAMPIRAN



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR GAMBAR

GAMBAR IMS Health 2014 .....	2
GAMBAR LOGO PT Abbott .....	49

## DAFTAR TABEL

TABEL BAGAN STRUKTUR ORGANISASI PT ABBOTT .....	50
TABEL BAGAN GAMBARAN UMUM PERSONAL SELLING .....	70

