Universitas Mercubuana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Marcomm and Advertising
Annisa Salmawati
44310120032

Strategi Personal Selling PT Asia Pasifik Kopi Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Kopi (Studi Kasus PT Asia Pasifik Kopi Pada Tahun 2014 Hingga Agustus 2015)
Jumlah Halaman : ix + 76 Halaman + 10 Lampiran
Bibliografi : 19 acuan, 2 website

ABSTRAK

Dalam hal ini strategi pemasaran sangatlah penting dalam meningkatkan penjualan, yang salah satunya adalah personal selling, personal selling di PT Asia Pasifik Kopi merupakan kegiatan pemasaran business to business antar si penjual dan pembeli, apalagi personal selling yang dilakukan di PT Asia Pasifik kopiserta mempresentasikan tentang produk yang akan dijualnya kepada pelanggan yang segmented. Tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui Strategi dengan menggunakan strategi pemasaran dengan cara personal selling, analisa Strategi personal selling yang diterapkan PT Asia Pasifik Kopi. Dalam hal ini peneliti menggunakan teori Provider stage, Persuader stage, Prospector stage, Problem-solver stage, Procreator stage semua langkah tersebut untuk mempermudah startegi dari personal selling.

Metode penelitian yang digunakan dalam penulisan adalah penelitian studi kasus dengan analisis secara kualitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer yang diperoleh dari wawancaraa dengan narasumber dari PT Asia Pasifik Kopi dan Client yang telah ada. Dan data sekunder yang diperoleh dari beberapa buku yang berkaitan dengan masalah penelitian guna menunjang penelitian ini.

Kesimpulannya personal selling merupakan strategi promosi yang sangat penting dan dominan dalam memasarkan produk – produk business to business. Oleh karena itu, diperlukan strategi personal selling dalam meningkatkan penjualan dan membina hubungan baik dengan calon pembeli serta personal selling dapat meningkatkan penjualan dalam produk kopi.