

**Analisis Personal Selling
di Dago Highland Resort Bandung**

Abstrak

Oleh

Aldila Galuh Pamungkas

0601929

Kepercayaan konsumen terhadap produk harus dibangun melalui komunikasi yang tepat dan menarik. Pengenalan dan penjualan produk atau dalam kata lain *Personal Selling* yang melibatkan interaksi langsung menjadi pokok pembahasan didalam penelitian. Penelitian menggunakan metode statistik deskriptif yang berdasarkan data kuantitatif dimana konsumen menjadi responden dalam menganalisis *Personal Selling*. Gambaran *Personal Selling* diukur melalui indikator Skill/kemampuan dalam berkomunikasi, bersikap dan memiliki wawasan yang luas tentang produk. Berdasarkan hasil analisis, ditemukan bahwa *Personal Selling* berada pada kategori baik karena 51,3% responden menilai bahwa marketer telah melaksanakan tugasnya dengan baik dan profesional. Sedangkan 40% responden menilai cukup. Dengan begitu, mood dan kemampuan marketer adalah kunci suksesnya *Personal Selling*.

Kata kunci : personal selling, Pemasaran Langsung, Promosi

Personal Selling Analysis
in Dago Highland Resort Bandung

Abstract

By

Aldila Galuh Pamungkas

0601929

Consumer trust in the product must be built through proper and attractive communication. Introducing and selling of products, or in other words Personal Selling involving direct interaction were an issue in this research. This research using descriptive methods based on quantitative data that consumer becoming analyser in Personal Selling. Personal Selling idea is measured through indicators Skill / ability to communicate, behave and have extensive knowledge about the product. Based on the analysis, it was found that in the category of Personal Selling well as 51.3% of respondents considered that marketers have been carrying out their duties properly and professionally. While 40% of respondents assessed fairly. By doing so, mood and ability marketer Personal Selling is the key to success.

Keywords : Personal Selling, Direct Marketing, Promotion

Kata Pengantar

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan nikmat serta hidayah-Nya terutama nikmat kesempatan dan kesehatan bagi penulis dalam menyelesaikan penelitian ini, tidak lupa dihaturkan pula salam dan shalawat kepada junjungan besar kita Nabi Muhammad SAW. semoga rahmat dan syafaat selalu menyertai kita.

penelitian ini akan membahas tentang sebuah teknik promosi, secara garis besar, promosi adalah menawarkan sebuah produk kepada calon konsumen, namun seiring dengan perbedaan karakteristik konsumen, maka penilaian konsumen terhadap promosi ini pun berbeda-beda.

Akhir kata penulis menyadari bahwa banyak terdapat kekurangan dalam penulisan penelitian ini, namun penulis berharap penelitian ini dapat berguna dikemudian hari.

Bandung, Agustus 2013

Aldila Galuh Pamungkas

UCAPAN TERIMAKASIH

Tanpa orang-orang yang telah memberi dukungan, do'a dan tenaga demi kelangsungan penelitian ini, sangat tidak mungkin penelitian ini akan selesai, maka dari itu dari hati yang paling dalam, penulis ingin menghaturkan banyak terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. H. Sunaryo Kartadinata, M.Pd selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia.
2. Prof. Dr. Karim Sunarya, M.Si selaku Dekan Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial.
3. Ibu Fitri Rahmafitria, SP.,M.Si selaku Ketua program studi Management Resort & Leisure.
4. Ibu Lia Afriza, SE., MM. selaku dosen pembimbing 1, yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam penelitian ini.
5. Dra. Kuswardhani, M.Ed. selaku dosen pembimbing 2, yang telah bersedia meluangkan waktu untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam penelitian ini.
6. Semua dosen-dosen prodi Manajemen Resort dan Leisure yang telah memberikan ilmunya yang sangat bermanfaat selama ini.
7. Staf-staf prodi MRL Pak Rahmat dan Pak Garnadi atas segala bantuannya memberikan pelayanan yang terbaik bagi seluruh mahasiswa MRL.
8. Dosen-dosen luar biasa MRL UPI yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
9. Bapak Noorfattah dan Ibu Ismaryati tercinta sebagai orang tua penulis beserta Diah, Evi, dan Luluk sebagai kakak penulis, yang tidak berhenti mendoakan yang terbaik bagi penulis.
10. Algie Ismi Pramarti selaku tunangan penulis, yang selalu menjadi semangat penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.

11. Sahabat-sahabat MRL 06, Budi, Tile, Ucek, Keila, Cangcuy, serta yang tidak disebutkan disini, yang selalu menyemangati penulis dikala sedih dan senang dalam penyusunan penelitian ini.
12. Semua angkatan MRL yang telah memberikan banyak inspirasi kepada penulis.

Penulis memohon maaf atas ketidak sempurnaan penelitian ini, dan juga memohon maaf apabila ada pihak yang tidak disebutkan diatas. Peneliti tetap memberikan penghargaan sebesar-besarnya bagi semua pihak yang telah membantu penulis

Bandung, Agustus 2013

Aldila Galuh Pamungkas