

ABSTRAK

Vika Chendana (00000000787)

EFEKTIVITAS STRATEGI PERSUASIF YANG DILAKUKAN OLEH SALES PERSON PT. ASTRAGRAPHIA DALAM MEMPENGARUHI KONSUMENNANYA

(xvi + 77 halaman: 5 gambar: 18 tabel: 4 lampiran)

Kata kunci: Efektivitas, Persuasif, Mempengaruhi

Konsumen merupakan kunci utama di dalam dunia bisnis. Untuk menjangkau konsumennya setiap perusahaan harus mempunyai strategi komunikasi pemasaran yang baik. Dalam penelitian ini dimana PT. Astragraphia sebagai objek dari penelitian ini. PT. Astragraphia menggunakan strategi *personal selling* dengan pendekatan komunikasi persuasif untuk menjangkau konsumennya. Saat ini kita mulai memasuki era digital, dimana sudah mulai banyak teknologi-teknologi konvensional yang sudah mulai ditinggalkan. PT. Astragraphia adalah salah satu perusahaan yang tidak lepas dari permasalahan ini. Oleh sebab itu dibutuhkan sebuah strategi pemasaran yang efektif agar dapat terus menjangkau konsumennya. Maka dalam penelitian ini, peneliti ingin melihat seberapa besar tingkat efektivitas strategi *personal selling* yang digunakan oleh PT. Astragraphia dalam mempersuasi konsumennya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode penelitian survei angket. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan data primer, yaitu survei angket dan data sekunder berupa studi kepustakaan, observasi, dan wawancara. Wawancara dilakukan kepada salah satu *sales person* dari PT. Astragraphia.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi *personal selling* yang digunakan oleh PT. Astragraphia sangat efektif dalam mempersuasi para konsumennya.

Referensi: 38 (1986-2015)

ABSTRACT

Vika Chendana (00000000787)

EFEKTIVITAS STRATEGI PERSUASIF YANG DILAKUKAN OLEH SALES PERSON PT. ASTRAGRAPHIA DALAM MEMPENGARUHI KONSUMENNYA

(xvi + 77 halaman: 5 gambar: 18 tabel: 4 lampiran)

Key Words: Effectiveness, Persuasion, Influence

Consumer is the main key in business, every company must have own strategy as their a heart beat, for increase their sales product, PT. Astragraphia as a objective for this research, PT. Astragraphia already using strategy communication personal selling for their sales person with persuasion communication strategy. Digital technologies the important things in modern market, many analog technologies unused. Astragraphia is one of company have a problem for selling cycle their product for future challange, according in this research, obsever try to find the objective personal selling strategy in Astragraphia strategy for go to market.

This research used quantitaf method with survey analogy. Collective the data in this research used primary data method, survey and data will be provide by observe and interview model. Interview will held to one of sales person from PT. Astragraphia.

The result of this research personal selling strategy used by PT. Astragraphia effectively for persuasif their customer to take the decision and using the Astragraphia product.

Reference: 38 (1986-2015)