

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Jurusan Ilmu Komunikasi

Agni Kahuripan

20120530111

Aktivitas *Personal Selling* Warung Kopi Mr.Beans Dalam Menarik Minat Pengunjung Pada Tahun 2017

Tahun Skripsi : 2017, 67 Lembar + 7 Lembar Lampiran

Referensi : 17 buku + 2 jurnal + 2 sumber internet

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Aktivitas *Personal Selling* Warung Kopi Mr.Beans Dalam Menarik Minat Pengunjung pada Tahun 2017.

Teknik yang digunakan untuk pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan Observasi. Observasi tersebut dilakukan dengan cara wawancara atau interview di warung kopi MR. Beans dilengkapi dengan dokumentasi dan triangulasi data. Metode yang digunakan adalah Deskriptif Kualitatif yaitu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek kondisi, sistem pemikiran ataupun peristiwa pada masa sekarang. Tipe penelitian ini berusaha menerangkan fenomena sosial tertentu. Penelitian kualitatif juga bisa diartikan sebagai riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis dengan pendekatan induktif.

Hasil dari penelitian ini adalah melakukan strategi promosi Mr. Beans menggunakan *Personal Selling*, yaitu perencanaan, menentukan target potensial dengan membuat daftar relasi, melakukan analisis situasi, mempersiapkan alat dalam *personal selling*, menentukan dan mempersiapkan tenaga penjual, merancang dan menentukan peran. Langkah yang dilakukan oleh warung kopi Mr.Beans meliputi, pertama pendekatan pendahuluan. Kedua Presentasi dan Peragaan, yang mana dalam meyakinkan calon konsumen, menjelaskan tentang produk yang dijual. Langkah ketiga mengatasi keberatan, yaitu dengan cara menanyakan keberatan yang dialami calon konsumen dengan produk yang ditawarkan. Langkah keempat adalah menutup penjualan. Langkah terakhir Tindak Lanjut dan Pemeliharaan guna mendapatkan konsumen merasakan puas dan menjadikan konsumen yang loyal. Dalam kegiatan *Personal Selling* yang dilakukan oleh warung kopi Mr.Beans terlihat sangat sederhana dan mengenai target yang dituju, tetapi terlalu memakan banyak waktu dan kurang efektif karena hanya menggunakan satu tenaga penjual.

Kata Kunci : Aktivitas, *Personal selling*, Menarik Minat Pengunjung

ABSTRACT

University of Muhammadiyah Yogyakarta

Faculty Of Social and Politic Science

Department of Communications

Concentration Advertising

Agni Kahuripan

20120530111

Personal Selling Activities of Mr.Beans Coffee shop in Interesting Visitors Interest in 2017

Thesis Year :2017, 67 sheets + 7 Appendix

Reference : 17 books + 2 Journal + 2 Internet Source

This study aims to analyze the Personal Selling Activities of Mr.Beans Coffee shop in Interesting Visitors Interest in the Year 2017.

The technique used to collect data in this research is by observation. The observation is done by interview in Mr. Bean, comes with documentation and data triangulation. The method used is Descriptive Qualitative method of researching the status of a group of people, an object condition, system of thought or events in the present. This type of research seeks to explain certain social phenomena. Qualitative research can also be interpreted as research that is descriptive and tend to use analysis with inductive approach.

The result of this research is doing promotion strategy of Mr. Beans uses Personal Selling, which is planning, determining potential targets by creating a list of relationships, conducting situation analysis, preparing tools in personal selling, determining and preparing salespeople, designing and defining roles. The steps taken by Mr.Beans coffee shop include, firstly, a preliminary approach. Both Presentations and Demonstrations, which in convincing potential customers, describe the product being sold. The third step overcome objections, namely by asking the objections experienced by prospective consumers with the products offered. The fourth step is closing the sale. The last step of Follow Up and Maintenance in order to get consumers feel satisfied and make a loyal customer. In Personal Selling activities conducted by Mr.Beans coffee shop looks very simple and about the target, but too time consuming and less effective because it only uses one salesperson.

Keyword : Activities, Personal Selling, Interesting Visitors