

## ABSTRAK SKRIPSI

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Jurusan Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi Advertising  
Arief Rakhmad  
Studi Deskriptif Aktifitas *Personal Selling* MPV Xenia di PT. Astra Daihatsu  
Cabang Yogyakarta  
Tahun Skripsi 2012, 126 hal  
Daftar Kepustakaan 28 buku + 1 sumber *online*

Studi ini berusaha menjelaskan secara Deskriptif Aktifitas *Personal Selling* MPV Xenia di PT. Astra Daihatsu Cabang Yogyakarta. Latar belakang dari penelitian ini adalah terjadinya kenaikan penjualan yang melebihi target yang telah ditentukan. Kenaikan penjualan terjadi karena PT. Astra Daihatsu Yogyakarta menerapkan *Personal Selling* sebagai strategi komunikasinya dengan tujuan mendorong pembelian. Teori yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teori-teori tentang *Personal Selling*. Metodologi penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif untuk menggambarkan kondisi nyata Aktifitas *Personal Selling* MPV Xenia di PT. Astra Daihatsu Cabang Yogyakarta dari awal sampai tindak lanjut dari aktifitas *personal selling* secara akurat dan sistematis sesuai keadaan pada saat itu. Penelitian dilakukan di kantor PT. Astra Daihatsu Yogyakarta. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara melakukan wawancara dan mengumpulkan dokumen sebagai data yang mendukung. Informan kunci dalam penelitian ini adalah Wiraniaga Daihatsu dan informan pendukung adalah *manager* PT. Astra Daihatsu Yogyakarta. Teknik analisis data yaitu dengan mengumpulkan data kemudian direduksi dan disajikan. Uji validitas data menggunakan model triangulasi data. Data umum perusahaan memuat tentang sejarah singkat, visi dan misi, struktur organisasi, produksi, produk dan tanggung jawab sosial PT. Astra Daihatsu. Sajian data merupakan hasil wawancara mengenai penentuan *Personal Selling*, pengetahuan tentang *Personal Selling*, langkah sebelum pelaksanaan *Personal Selling*, pelaksanaan *Personal Selling* dan tindak lanjut. Pembahasan yang dilakukan yaitu mendeskriptifkan kembali sajian data dengan teori-teori yang ada. Kesimpulan menceritakan secara singkat aktifitas *personal selling*. Hasil penelitian ini menunjukkan aktifitas dari *personal selling* yang diterapkan PT. Astra Daihatsu cabang Yogyakarta yang dilakukan oleh Wiraniaga Daihatsu dengan tujuan untuk meningkatkan penjualan produk PT. Astra Daihatsu cabang Yogyakarta.

Kata Kunci : *Personal Selling*, Wiraniaga, *Manager*, Prospek, Target, Insentif dan Produk.