



INTISARI

Kegiatan promosi atau *promotional mix* memiliki beberapa dimensi diantaranya adalah periklanan, promosi penjualan, *personal selling*, dan publisitas. *Personal selling* adalah salah satu kegiatan promosi secara intensif kepada individu sehingga akan lebih mempengaruhi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan *personal selling* yang dilakukan pada PT Sarihusada Generasi Mahardhika Yogyakarta. Penelitian ini dilakukan pada di PT Sarihusada Generasi Mahardhika Yogyakarta khususnya pada *modern trade channel key account*. Jenis penelitian yang dilakukan adalah kualitatif dan metode penelitian yang digunakan yaitu observasi, wawancara dan studi pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses *personal selling* pada PT Sarihusada Generasi Mahardhika dilakukan dengan enam proses yaitu mencari calon konsumen dan mengkualifikasi, pendekatan pendahuluan, presentasi dan peragaan, mengatasi keberatan, menutup penjualan serta tindak lanjut dan pemeliharaan. Pada setiap proses *personal selling* yang dilakukan tenaga penjual kurang maksimal terutama presentasi dan mengatasi keberatan.

Kata Kunci : *Personal Selling*, Keputusan Pembelian, Promosi



ABSTRACT

The activity of promotion or promotional mix has several dimensions such as advertising, sales promotion, personal selling, and publicity. Personal selling is one of intensive promotional activities to the individual so that it would be more affecting consumer to make a purchase decision. This research aims to know the application of personal selling at PT Sarihusada Generasi Mahardhika. This research was conducted at PT Sarihusada Generasi Mahardhika Yogyakarta especially in modern trade channel key accounts. The type of research conducted is qualitative and research methods used are observation, interview and literature study. The results showed that the personal selling process of PT Sarihusada Generasi Mahardhika was conducted with six processes: prospecting and qualifying, preliminary approach, presentation and demonstration, overcoming objections, closing sales and follow-up and maintenance. On any personal selling process conducted salespeople insufficient especially presentation and overcome objections.

Keywords: Personal Selling, Purchasing Decisions, Promotions