



ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi *personal selling* yang dilakukan oleh PT Automobil Jaya Abadi – Mazda Jogja.

Penelitian ini dilakukan di dealer Mazda Jogja. Data dalam penelitian ini diperoleh melalui observasi dan wawancara yang tidak terstruktur dengan *sales executive* serta melakukan studi kepustakaan (*library research*). Metode penelitian yang digunakan yaitu metode penelitian deskriptif kualitatif, di mana teknik analisis data secara deskriptif melalui pendekatan kualitatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi *personal selling* pada PT Automobil Jaya Abadi dilakukan dengan enam tahap yaitu mencari dan mengkualifikasi pelanggan, pendekatan pendahuluan, presentasi dan peragaan, mengatasi keberatan, menutup penjualan, dan tindak lanjut dan pemeliharaan. Di tahap-tahap tertentu kinerja tenaga penjual masih kurang maksimal.

Kata kunci: *personal selling*, tahap-tahap *personal selling*, kinerja tenaga penjual



ABSTRACT

The purpose of this study is to know the personal selling strategy at PT Automobil Jaya Abadi – Mazda Jogja.

This research was conducted in Mazda Jogja authorized dealer. Data in this study were obtained through observation and unstructured interviews with the sales executive and conduct a literature study (library research). This research using descriptive qualitative method, which the data analysis techniques through a qualitative approach.

The results showed that the personal selling strategy at PT Automobil Jaya Abadi done with six stages, seeking and qualifying customer, preliminary approach, presentations and demonstrations, solving an exception, closing the trade, and the follow-up and maintainability. At certain stages some salespersons is still underperformance.

Keywords: personal selling, personal selling stages, salesman's performance