



## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi promosi yaitu *personal selling* yang dilakukan *salesman/ marketing Executive* pada Astra Motor. Data yang digunakan dari hasil dari wawancara pada salesman Astra Motor Jombor. Penelitian ini menggunakan dasar teori *Personal Selling*, Manajemen pemasaran. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kinerja perusahaan dalam memberikan pelayanan penjualan secara *personal selling* cukup baik. Dari data yang telah di analisis bahwa proses *Personal selling* pada Astra Motor Jombor dilakukan dengan enam tahap yaitu mencari dan mengkualifikasi pelanggan, pendekatan pendahuluan, presentasi dan peragaan, mengatasi keberatan, menutup penjualan, dan tindak lanjut dan pemeliharaan dan di setiap tahap *personal selling* yang dilakukan tenaga penjual/salesman masih kurang maksimal seperti pendekatan pendahuluan, presentasi dan menutup penjualan.

Kata Kunci : *Personal Selling*, Strategi Promosi,



## **ABSTRACT**

This study aims to determine the strategy, namely the promotion of personal selling is done salesman/ marketing executive at Astra Motor Jombor. Data were used from the results of the interview on Astra Motor Jombor salesman. This study uses the basic theory of Personal Selling, marketing management. The results of this study indicate that the company's performance in providing services sales as personal selling quite well. From the data that has been analyzed that process Personal selling in Astra Motor Jombor done with six stages, seeking and qualifying customers, approach introduction, presentations and demonstrations, overcoming objections, closing the sale, and the follow-up and maintenance of and at every stage of personal selling is done on power seller / salesman is still less than the maximum as a preliminary approach, presentation and close sales.

Keywords: Personal Selling, Promotion Strategy