STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN *PERSONAL SELLING* DALAM MENARIK MINAT BELI KONSUMEN PADA TOKO SPORT STATION DI AEON MALL DELTAMAS CIKARANG

SKRIPSI

Oleh :

Muhammad Anan Alwan

202110415214

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKRTA RAYA
2025

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN *PERSONAL SELLING* DALAM MENARIK MINAT BELI KONSUMEN PADA TOKO SPORT STATION DI AEON MALL DELTAMAS CIKARANG

SKRIPSI

Oleh :

Muhammad Anan Alwan

NPM: 202110415214

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKRTA RAYA
2025

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi	: Strategi Komunikasi Pemasaran *Personal Selling* Dalam Menarik Minat Beli Konsumen Pada Toko Sport Station Di AEON Mall Deltamas Cikarang
Nama Mahasiswa	: Muhammad Anan Alwan
Nomor Pokok Mahasiswa	: 202110415214
Program Studi/Fakultas	: Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi	: 06 Februari 2025

Jakarta, 17 Februari 2025

MENYETUJUI,

Pembimbing

Saeful Mujab, S.Sos., M.I.Kom

NIDN. 0303108001

Strategi Komunikasi.., Muhammad Anan Alwan, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi	: Strategi Komunikasi Pemasaran *Personal* Selling Dalam Menarik Minat Beli Konsumen Pada Toko Sport Station Di AEON Mall Deltamas Cikarang
Nama Mahasiswa	: Muhammad Anan Alwan
Nomor Pokok Mahasiswa	: 202110415214
Program Studi/Fakultas	: Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi	: 06 Februari 2025

Jakarta, 17 Februari 2025

MENGESAHKAN,

Ketua Penguji : Dr. Rina Sovianti, S.I.P., M.I.Kom .....

NIDN. 0301047107

Penguji : Saeful Mujab, S.Sos., M.I.Kom .....

NIDN. 0303108001

Seketaris Penguji : Fadli Muhammad Athalarik, S.I.Kom., M.I.Kom .....

NIDN. 0327119701

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi	Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si.	Dra. Truly Wangsalegawa, M.A., M.Ed., Ph.D
NIP. 2203551	NIP. 1908425

Strategi Komunikasi.., Muhammad Anan Alwan, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa : Skripsi yang berjudul Strategi Komunikasi Pemasaran *Personal Selling* Dalam Menarik Minat Beli Konsumen Pada Toko Sports Station Di AEON Mall Deltamas Cikarang ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai peraturan yang berlaku.

Saya mengijinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 17 Februari 2025

Yang membuat pernyataan,



Muhammad Anan Alwan

202110415214

Strategi Komunikasi.., Muhammad Anan Alwan, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

ABSTRAK

Muhammad Anan Alwan, 202110415214, Strategi Komunikasi Pemasaran *Personal Selling* Dalam Menarik Minat Beli Konsumen Pada Toko Sport Station di AEON Mall Deltamas Cikarang

Pada penelitian ini penulis meneliti mengenai strategi komunikasi pemasaran *personal selling* dalam menarik minat beli konsumen pada toko Sport Station di AEON Mall Deltamas Cikarang. Tujuan pada penelitian ini untuk mengetahui bagaimana strategi *personal selling* di toko sport station AEON Mall Deltamas dalam menarik minat beli konsumen. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi *personal selling* yang diterapkan melibatkan komunikasi yang jelas, padat, serta pendekatan ramah yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen. Strategi ini meliputi penyampaian informasi mengenai produk terbaru, produk best seller, serta promo yang sedang berlangsung. Tantangan yang dihadapi dalam strategi ini meliputi konsumen yang pasif atau ragu-ragu dalam mengambil keputusan pembelian. Namun, hambatan tersebut dapat diatasi dengan memberikan edukasi produk yang lebih mendalam serta memastikan pelayanan yang maksimal. Keberhasilan strategi ini diukur melalui pencapaian target harian dan bulanan, serta jumlah penjualan individu yang dilakukan oleh *sales*. Dengan demikian, *personal selling* di Sport Station AEON Mall Deltamas terbukti efektif dalam meningkatkan minat beli konsumen dan memperkuat loyalitas pelanggan. Penelitian ini memberikan wawasan tentang *personal selling* dalam menarik minat beli konsumen.

Kata Kunci: Strategi komunikasi pemasaran, *personal selling*, minat beli konsumen

ABSTRACT

Muhammad Anan Alwan, 20211041521, *Personal Selling Marketing Communication Strategy in Attracting Consumer Purchase Interest at the Sport Station Store at AEON Mall Deltamas Cikarang*

In this study, the authors examined the personal selling marketing communication strategy in attracting consumer purchase interest at the Sport Station store at AEON Mall Deltamas Cikarang. The purpose of this study was to determine how the personal selling strategy at the AEON Mall Deltamas sport station store in attracting consumer buying interest. This research uses qualitative methods with data collection techniques through interviews, observation, and documentation. The results showed that the personal selling strategy applied involved clear, concise communication, as well as a friendly approach tailored to consumer needs. This strategy includes delivering information about the latest products, best seller products, and ongoing promos. Challenges faced in this strategy include consumers who are passive or hesitant in making purchasing decisions. However, these obstacles can be overcome by providing more in-depth product education and ensuring maximum service. The success of this strategy is measured through the achievement of daily and monthly targets, as well as the number of individual sales made by sales. Thus, personal selling at Sport Station AEON Mall Deltamas has proven effective in increasing consumer buying interest and strengthening customer loyalty. This research provides insight into personal selling in attracting consumer buying interest.

Keywords*: Marketing communication strategy, personal selling, consumer buying interest*

Strategi Komunikasi.., Muhammad Anan Alwan, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang Maha Esa atas berkat, karunia dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul "Strategi Komunikasi Pemasaran *Personal Selling* Dalam Menarik Minat Beli Konsumen Pada Toko Sport Station Di AEON Mall Deltamas Cikarang". Penelitian ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada program studi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada keluaraga, kepada kedua orang tua dan adik saya tercinta, Ibu Susantiana dan Bapak Gunarjo Cikwan S.H serta adik saya Anggun Sharadava, yang tidak bosan-bosannya memberikan semangat serta banyak nasihat dan doa yang senantiasa ditunjukan kepada penulis sebagai wujud rasa cintanya yang tulus.

Selain itu, dalam penyusunan skripsi ini, penelitian telah mendapatkan bimbingan dan pengarahan serta dukungan dari berbagai pihak, maka kesempatan ini dengan segala hormat peneliti ucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Irjen Pol (Purn) Prof. Dr. Drs. Bambang Karsono, S.H., M.M., Ph.D., D.Crim, (Honoris Causa) Selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Dra. Truly Wangsalegawa, M.A., M.Ed., Ph.D selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si., Selaku ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Bapak Saeful Mujab, S.Sos., M.I.Kom. Selaku Dosen Pembimbing saya, terimakasih sudah meluangkan banyak waktu, tenaga dan pikiran untuk membimbing saya dengan penuh kesabaran dalam menyelesaikan skripsi
5. Ibu Dr. Diah Ayu Permatasari, ST, S.IP, M.IR Selaku Dosen Pembimbing Akademik kelas B1 yang turut membantu penulis dalam bidang perkuliahan dan senantiasa selalu memberikan dukungan.

Strategi Komunikasi.., Muhammad Anan Alwan, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

6. Kepada woh saya Arkan Cikwan, S.H dan Sri Wigiarti, S.H yang selalu memberikan nasihat dan motivasi, selalu memberikan dukungan, dan mengajarkan untuk terus berusaha tanpa henti untuk menjadi seseorang yang sukses dan bermanfaat seperti mereka.
7. Kepada Teungku Sulaiman dan Bagus Ikhwansyah. Terimakasih selalu menemani di kala senang maupun susah dan dukungan yang selalu di berikan kepada penulis selama masa perkuliahan.
8. Kepada Intan Dwi Yuliana, Aulia Bintang Terang, Citra Putri Utami, Anggi Tesalonika dan lainnya yang tidak bisa di sebutkan satu persatu. Terimakasih sudah menjadi teman seperjuangan selama masa perkuliahan.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penelitian ini masih jauh dari sempurna dan terdapat berbagai kekurangan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan masukan dan saran agar skripsi ini dapat berkembang menjadi penelitian yang lebih baik di masa mendatang. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca. Sebagai penutup, penulis mengucapkan terima kasih.

Jakarta, 29 Januari 2025

Muhammad Anan Alwan

202110415214

Strategi Komunikasi.., Muhammad Anan Alwan, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING ii

LEMBAR PENGESAHAN.....iii

LEMBAR PERNYATAAN.....iv

ABSTRAK v

ABSTRACT vi

KATA PENGANTAR vii

DAFTAR ISI ix

DAFTAR TABEL xii

DAFTAR GAMBAR xiii

DAFTAR BAGAN xiv

DAFTAR LAMPIRAN.....xv

BAB I PENDAHULUAN.....1

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Fokus Penelitian 6

1.3 Pertanyaan Penelitian 6

1.4 Tujuan Penelitian.....6

1.5 Manfaat Penelitian 6

1.5.1 Manfaat Teoritis 6

1.5.2 Manfaat Praktis 7

BAB II TINJAUAN PUSTAKA 8

2.1 Penelitian Terdahulu 8

2.2. Kerangka Konseptual 13

Strategi Komunikasi.., Muhammad Anan Alwan, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

2.2.1. Komunikasi 13
2.2.2. Unsur Unsur Komunikasi 14
2.2.3. Jenis-Jenis Komunikasi 15
2.2.4. Tujuan Komunikasi 15
2.3 Komunikasi Pemasaran 16
2.3.2 Tujuan Komunikasi Pemasaran 16
2.4. Strategi Komunikasi Pemasaran 17
2.5. *Personal Selling* 18
2.5.1. Tahapan *Personal Selling* 18
2.5.2. Tujuan *Personal Selling* 19
2.6. Minat Beli Konsumen 20
2.6.1. Indikator-Indikator Minat Beli 21
2.7. Kerangka Berfikir 29
BAB III METODE PENELITIAN 29
3.1 Pendekatan Penelitian 23
3.2 Desain Penelitian 23
3.3 Subjek dan Objek Penelitian 24
3.4. Teknik Pengumpulan Data 25
3.4.1 Observasi 26
3.4.2 Wawancara 26
3.4.3 Dokumen 27
3.5. Teknik Analisis Data 27
3.6. Keabsahan Data 29
3.7. Tempat dan Waktu Penelitian 29
3.7.1. Lokasi Penelitian 29

3.7.2. Waktu Penelitian 29

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 31

4.1 Hasil Penelitian.....31

4.1.2 Visi dan Misi 33

4.1.3 Profil Key Informan dan Informan 33

4.1.4 Penerapan Strategi Komunikasi Pemasaran Personal Seling 34

4.1.5 Langkah langkah mendekati konsumen untuk menarik minat beli 35

4.1.6 Tantangan yang di Hadapi Dalam Proses *Personal Selling*.....37

4.1.7 Keberhasilan Dalam Strategi Pemasaran *Personal Selling* 41

4.1.8 Pemanfaatan media sosial dalam proses personal selling.....44

4.2 Pembahasan 46

BAB V PENUTUP.....52

5.1 Kesimpulan.....52

5.2 Saran 52

5.2.1 Saran Akedimik.....52

5.2.2 Saran Praktis 52

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN.

Strategi Komunikasi.., Muhammad Anan Alwan, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu 8
Tabel 3. 1 Key Informan dan informan 25
Tabel 3. 2 Waktu Penelitian 30
Tabel 4. 1 Profil Informan 33

Strategi Komunikasi.., Muhammad Anan Alwan, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Toko Sport Station AEON Mall Deltamas 3
Gambar 1. 2 AEON Mall Deltamas 4
Gambar 1. 3 Sales melakukan kegiatan personal selling 5
Gambar 4. 1 Toko Sport Station AEON Mall Deltamas 31
Gambar 4. 2 Toko Sport Station AEON Mall Deltamas 31
Gambar 4. 3 Logo Sport Station 32
Gambar 4. 4 Logo Mitra Adiperkasa.....32
Gambar 4. 5 Produk Diskon.....40
Gambar 4. 6 proses personal selling 46
Gambar 4. 7 Proses Personal selling 50

Strategi Komunikasi.., Muhammad Anan Alwan, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR BAGAN

Bagan 2. 1 Kerangka Berpikir.....22

Strategi Komunikasi.., Muhammad Anan Alwan, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Biodata Mahasiswa
Lampiran 2 Pedoman Observasi
Lampiran 3 Pedoman Wawancara
Lampiran 4 Transkrip Wawancara
Lampiran 5 Tabel Reduksi Data
Lampiran 6 Dokumentasi
Lampiran 7 Kartu Konsultasi Skripsi
Lampiran 8 Form Perbaikan Skripsi