

TUGAS AKHIR

PELAKSANAAN PERSONAL SELLING YANG EFEKTIV GUNA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA PT. BANK PERKREDITAN RAKYAT (BPR) TILATANG KAMANG

*Diajukan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Ahli Madya Pemasaran
dari Program Diploma III Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Andalas*



Oleh

MUHAMMAD ISA MUJAHID

1400512011

Pembimbing TA: Drs.Irsyal Ali,M.Si

195209161979021001

**PROGRAM DIPLOMA III
PROGRAM STUDI PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ANDALAS**

2018

RINGKASAN

Komunikasi pemasaran merupakan salah satu hal yang paling penting untuk meningkatkan penjualan suatu perusahaan. Sejalan dengan hal tersebut, upaya yang dapat dilakukan dalam memasarkan suatu produk yakni dengan melakukan kegiatan promosi yang meliputi, *advertising, sales promotion, personal selling, public relation, direct marketing* agar calon konsumen lebih mengenal, memahami, serta mengerti terhadap produk yang ditawarkan.

Personal selling (tenaga penjual) dihadapkan pada berbagai macam kegiatan yang dapat dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan kelebihan-kelebihan produk yang dimiliki agar dapat membujuk calon pembeli. Oleh sebab itu manajer pemasaran harus memilih cara untuk melakukan promosi produk melalui tenaga penjual secara tepat dan terpadu agar menghasilkan efek domino sehingga dapat meningkatkan volume penjualan. Untuk itu tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui aktivitas *personal selling* pada Bank Perkreditan Rakyat yang merupakan bentuk dari produk perusahaan tersebut.

