ABSTRAK

Lanny Yuliantikasari, 21408015, “Analisis Pelaksanaan Penjualan Tatap Muka (*Personal Selling*) pada PT. Melia Nature Indonesia di Bandung“, di bawah bimbingan Dra. Rahma Wahdiniwaty, M.Si.

Di era modern ini, perkembangan bisnis di dunia sangatlah pesat begitupun di Indonesia yang semakin banyak bermunculan perusahaan-perusahaan baru yang saling bersaing di bidangnya. Dampak dari perkembangan tersebut menuntut perusahaan untuk memiliki strategi pemasaran yang tepat, hal itu diperlukan untuk mengatasi persaingan yang semakin ketat. Sebagaimana kita ketahui bahwa produk yang dihasilkan oleh perusahaan tidak dapat mencari sendiri peminatnya, oleh karena itu perusahaan membutuhkan sebuah strategi promosi sebagai sarana untuk memasarkan produknya, salah satunya dengan strategi penjualan tatap muka (*personal selling*). Maka dari itu penulis melakukan penelitian terhadap PT. Melia Nature Indonesia di Bandung.

Tujuan penulis melakukan penelitian ini adalah untuk menganalisis pelaksanaan penjualan tatap muka dan tanggapan responden terhadap pelaksanaan penjualan tatap muka pada PT. Melia Nature Indonesia di Bandung, yang meliputi 5 indikator antara lain pra pendekatan, presentasi dan demonstrasi, mengatasi keberatan, menutup penjualan, serta tindak lanjut dan pemeliharaan.

Penulis menggunakan metode analisis deskriftif dalam penelitian ini, dengan objek penelitian pelaksanaan penjualan tatap muka pada PT. Melia Nature Indonesia di Bandung. Adapun teknik pengumpulan data adalah dengan melakukan studi kepustakaan (*libelary research)* studi lapangan (f*ield research).*

Berdasarkan penelitian yang telah penulis lakukan, maka penulis dapat menganalisa bahwa tanggapan responden terhadap pelaksanaan penjualan tatap muka pada PT. Melia Nature Indonesia di Bandung berada pada kategori cukup baik dengan skor 4068 atau sebesar 67,8%.

Kata kunci: Penjualan Tatap Muka