

## ABSTRAK

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Departemen Ilmu Komunikasi**

**Konsentrasi Public Relations**

**Heri Triyana**

**Tanggapan Konsumen Terhadap Kegiatan *Personal Selling* Yang Dilakukan Oleh *Customer Services Nokia Care Centre* di Graha Nokia Yogyakarta” (Studi Deskriptif Kualitatif tentang Tanggapan Konsumen Terhadap Kegiatan *Personal Selling* Yang Dilakukan Oleh *Customer Services Nokia Care Centre* di Graha Nokia Yogyakarta)**

Tahun Skripsi : 2009 xiii + 101 halaman + 19 halaman lampiran

Daftar Pustaka : 11 buku + 2 sumber online + 2 Surat Kabar

Studi ini berusaha untuk menganalisis Tanggapan konsumen terhadap kegiatan *personal selling* yang dilakukan oleh *customer services Nokia Care Centre* di Graha Nokia Yogyakarta.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Tanggapan konsumen terhadap kegiatan *personal selling* yang dilakukan oleh *customer services Nokia Care Centre* di Graha Nokia Yogyakarta.

Kerangka teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah ada empat. Teori pertama adalah *Personal Selling* Sebagai Aspek Komunikasi Pemasaran Terpadu, Kedua adalah kualitas pelayanan konsumen, yaitu untuk mengetahui pelayanan Nokia. Ketiga Perspektif kepuasan konsumen dan Teori yang terakhir adalah Persoalan komunikasi antar pribadi dalam komunikasi bisnis, yaitu untuk mengetahui proses komunikasi dalam kegiatan *Personal Selling* yang dilakukan oleh *customer services Nokia Care Centre* di Graha Nokia Yogyakarta menurut konsumen.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif yaitu jenis penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Lokasi penelitian mengambil tempat di Graha Nokia Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan teknik pencuplikan dengan mengambil informan sebanyak 6 orang yang juga sebagai konsumen dari produk Nokia. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kualitatif. Analisis data kualitatif yang dilakukan mengacu pada tanggapan yang dilakukan oleh konsumen Nokia terhadap kegiatan *personal selling* yang dilakukan oleh *customer services Nokia Care Centre* di Graha Nokia Yogyakarta.

Hasil kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa Masih ada dua informan yang menilai terhadap pelayanan *customer services* khususnya terhadap aspek itikad baik (*GoodWill*) pada komponen spontanitas masih perlu ditingkatkan dan Masih ada satu informan yang menilai terhadap pelayanan *customer services* khususnya terhadap aspek penguasaan bahasa (*language control*) dalam komponen nada suara harus diperkeras

## ABSTRACT

**Muhammadiyah University of Yogyakarta**

**Social Science and Politics of Faculty**

**Communications Science of Departement**

**Public Relations of Concentration**

**Heri Triyana**

**Consumer response to Personal Selling Activities undertaken by Customer Services Nokia Care Center at Graha Nokia Yogyakarta (Qualitative Descriptive Study of Consumer response of Personal selling activities undertaken by *Customer Services Nokia Care Centre di Graha Nokia Yogyakarta*)**

Tahun Skripsi : 2009 xiii + 101 halaman + 19 halaman lampiran

Daftar Pustaka : 11 buku + 2 sumber online + 2 Surat Kabar

This study seeks to analyze consumer response to selling personal activities undertaken by customer services Nokia Care Center at Graha Nokia Yogyakarta.

The purpose of this study was to determine consumer response to selling personal activities undertaken by customer services Nokia Care Center at Graha Nokia Yogyakarta.

Theoretical framework used in this study is that there are four. The first theory was Aspect Personal Selling For Integrated Marketing Communications, Second is the quality of customer service, namely to know Nokia services. The third perspective customer satisfaction and final theory is the issue of personal communication in business communication, is to know the process of communication in Personal Selling activities undertaken by customer services at Nokia Care Center Graha Nokia Yogyakarta by consumers.

Research methods used in this research is the kind of descriptive qualitative research produces descriptive data in the form of written words or spoken of the people and behaviors that can be observed. Location of research taking place at the Graha Nokia Yogyakarta. This study uses sampling techniques to take as many as 6 people informant who was also a customer of Nokia products. Data analysis techniques used in this study is qualitative data analysis. Qualitative data analysis is performed referring to the responses made by consumers againts personal selling activities undertaken by customer services Nokia Care Center at Graha Nokia Yogyakarta.

The results of the conclusions of this study is that still there were two informants who rate the customer service aspect of services, especially to the goodwill in the spontaneous component still needs to be improved and there is still one of the informants who rate customer service aspects of services, especially for language acquisition (language control ) in the components must be amplified tone