

**STRATEGI *PERSONAL SELLING* DEAR.MONTANA MELALUI DIGITAL
MARKETING PERIODE JUNI – AGUSTUS TAHUN 2023**

Disusun untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Strata-1

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh :

Maulana Rayhan Ali Setiawan

20200530121

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADYAH YOGYAKARTA

2024

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Maulana Rayhan Ali Setiawan
NIM : 20200530121
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Advertising
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas : Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "*Dear.Montana Personal Selling Strategy Through Digital Marketing Period June – August 2023*" merupakan karya orisinil saya yang saya ajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Strata 1 di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Setiap tulisan atau pandangan dari pihak lain yang terdapat dalam skripsi ini telah saya kutip dengan jelas, mengikuti norma etika keilmuan dalam penyusunan karya ilmiah. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa sebagian atau seluruh isi skripsi ini merupakan hasil duplikasi, maka saya bersedia menerima sanksi akademik yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Yogyakarta, 14 Oktober 2024



Maulana Rayhan Ali Setiawan

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji Syukur penulis panjatkan kehadirat Allah Swt. atas berkat hidayah, taufik dan Amanah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Skripsi ini penulis persembahkan untuk :

1. Kedua orang paling berjasa di hidup saya, Ayahanda Iwan Setiawan dan Ibunda Anna Fitriana, yang selalu berjuang demi memberikan kehidupan yang baik untuk anak-anaknya, terima kasih atas cinta, doa, dan dukungan yang tiada henti sepanjang hidup penulis. Tanpa kasih sayang dan pengorbanan mereka, penulis tidak akan mampu mencapai titik ini.
2. Kepada Kakak saya Maulinda Refhi Setiawan yang selalu menemani proses penulisan saya, terima kasih selalu bisa telah menjadi sosok kakak yang peduli dan baik bagi penulis. Kamu adalah orang yang selalu berhasil menghadirkan tawa dalam hidup penulis.
3. Teman terdekat saya Mudhiah Saumy Nur Prasetyo, yang selalu menemani saya disetiap proses, disetiap langkah yang saya ambil. Terima kasih sudah mau mengenal dan berteman dengan penulis. Penulis merasa beruntung memiliki teman seperti dia yang selalu menemani disegala kondisi. Semoga kelak dia bisa selalu menjadi teman yang bisa menemani saya dalam proses saya menjadi sukses. Dan bisa menjadi teman hidup saya kelak, sekali lagi terimakasih saya bangga memiliki orang seperti kamu di hidup saya.
4. Teruntuk almamater tercinta kampus muda mendunia, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, penulis merasa bangga bisa berproses, belajar, dan menjadi bagian dari keluarga besar ini.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul " STRATEGI PERSONAL SELLING DEAR.MONTANA MELALUI DIGITAL MARKETING PERIODE JUNI – AGUSTUS TAHUN 2023" dengan baik. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan program studi Strata-1 di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan, dan doa dalam proses penyusunan skripsi ini.

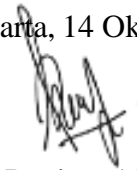
1. Allah SWT atas segala rahmat, hidayah, dan pertolongan-Nya yang tak terhingga, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar.
2. Kedua Orang Tua, terima kasih atas cinta, doa, dan dukungan yang tiada henti sepanjang hidup penulis. Tanpa kasih sayang dan pengorbanan mereka, penulis tidak akan mampu mencapai titik ini.
3. Bapak Erwan Sudiwijaya, S.Sos, MBA, M.A, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan, serta arahan selama penyusunan skripsi ini.
4. Dr. Zein Mufarrih Muktaf, S.IP, M.I.Kom. dan Bapak Muhammad Muttaqien, S.I.Kom, M.Sn, selaku dosen penguji yang telah memberikan waktu, tenaga, serta pengetahuan yang berharga dalam memberikan bimbingan, masukan, dan saran

yang konstruktif selama proses penyusunan skripsi ini.

5. Bapak Dr. Fajar Junaedi, S.Sos, M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
6. Seluruh Dosen dan Staf Pengajar di Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Terima kasih atas ilmu, pengetahuan, dan pengalaman yang telah diberikan selama penulis menempuh masa studi.

Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan dan memberikan pahala yang berlimpah kepada semua pihak yang telah membantu penulis. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan bermanfaat bagi semua pembaca.

Yogyakarta, 14 Oktober 2024



Maulana Rayhan Ali Setiawan

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
MOTTO	iiv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK	xiii
<i>ABSTRACT</i>	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan Penelitian	12
D. Manfaat Penelitian	12
E. Tinjauan Pustaka.....	13
1. <i>Personal Selling</i>	13
2. Volume Penjualan	20
3. Strategi Marketing 4.0.....	21
F. Metodologi Penelitian.....	27
1. Jenis Penelitian	27
2. Objek Penelitian	28
3. Teknik pengumpulan data	28
4. Teknik Analisis Data	30
5. Uji Validitas Data.....	33

G. Sistematika Penulisan	34
BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....	36
BAB III SAJIAN DAN ANALISIS DATA.....	43
A. Sajian Data	43
B. Pembahasan.....	66
BAB V PENUTUP.....	73
A. Kesimpulan	73
B. Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA	76

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Penjualan Dear.Montana	7
Tabel 1. 2 Penelitian Terdahulu	8

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Pertumbuhan nilai perkiraan pendapatan produk perawatan diri dan kecantikan di Indonesia	7
Gambar 2. 1 Logo Dear.Montana	36
Gambar 3. 2 Agenda <i>Event</i> Dear.Montana	45
Gambar 3. 3. Prospeksi Konsumen	46
Gambar 3. 4. Proses <i>Pre-Approach</i>	48
Gambar 3. 5. Proses <i>Approach</i> Konsumen	51
Gambar 3. 6. Presentasi Personal Selling dengan Media WhatsApp	54
Gambar 3. 7. Proses Mengatasi Keluhan Konsumen	58
Gambar 3. 8. Keramahan Pelayanan Dear.Montana	60
Gambar 3. 9. Proses <i>Closing</i>	61
Gambar 3. 10. Komunikasi setelah <i>Treatment</i>	63
Gambar 3. 11. Proses <i>Folowup Service</i>	65

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.1. Tabel Konsistensi Teori/Konsep