

ABSTRAK

Nama : MISELLY ULIAN
Nim : 2006-52-061
Judul : Efektivitas komunikasi pemasaran melalui kegiatan penjualan pribadi *Real Estate Daan Mogot Arcadia* dan minat beli *customer* di kantor pemasaran *Real Estate Daan Mogot Arcadia* Tangerang.
Kata Kunci : Efektivitas komunikasi pemasaran dan Minat beli
Jumlah halaman 101 +vi.
Daftar Pustaka : 32 Judul + 4 Sumber lain

Permasalahan penelitian ini adalah meneliti “Sejauhmanakah efektivitas komunikasi pemasaran melalui kegiatan penjualan pribadi *Real Estate Daan Mogot Arcadia* dan minat beli *customer* di kantor pemasaran *Real Estate Daan Mogot Arcadia* Tangerang?”

Untuk menjawab masalah tersebut, penulis menggunakan metode penelitian survei dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner dan disebar / dibagikan kepada *customer* atau calon pelanggan yang akan dijadikan responden.

Populasi penelitian ini berjumlah 153 orang. Dari jumlah tersebut diambil 50%, dengan demikian jumlah sampel sebanyak 77 orang / responden. Adapun teknik sampling yang digunakan adalah acak sederhana atau *random sampling*. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 61 orang (79%), responden yang berusia 30-40 tahun sebanyak 32 orang (42%), tingkat pendidikan responden cenderung SMU sebanyak 32 orang (42%), pekerjaan responden cenderung berwiraswasta sebanyak 41 orang (53%), pendapatan responden kebanyakan berpenghasilan Rp 20.000.000,- keatas sebanyak 28 orang (36%), sedangkan kecenderungan responden mendapatkan informasi mengenai real estate Daan Mogot Arcadia melalui ttegus marketing sebanyak 22 orang (29%).

Selanjutnya mengenai responden yang menyatakan komunikasi melalui kegiatan penjualan pribadi sangat efektif sebanyak 43 orang (56%) dan responden yang menyatakan berminat terhadap rumah real estate Daan Mogot Arcadia sebanyak 36 orang atau (47%).

Saran : Dari hasil penelitian menunjukkan kekurangsiapan responden dalam mengantisipasi kemungkinan masalah muncul ketika menghadapi calon konsumen masih dinilai masih kurang, maka disarankan agar diperhatikan dan disiapkan segala sesuatunya. Komunikasi melalui personal selling tidak hanya dilakukan di kantor saja sebaiknya dilakukan ke kantor-kantor calon konsumen atau di perumahan-perumahan. Dalam menjelaskan keamanan dan kenyamanan lingkungan, seharusnya calon konsusmen diajak berkeliling ke tempat-tempat lokasi setiap tipe rumah yang ditawarkan. Dalam menjelaskan sarana dan prasarana (fasilitas lainnya), seharusnya calon konsusmen diajak berkeliling ke tempat-tempat lokasi setiap tipe rumah yang ditawarkan.