

## ABSTRAK

**STEPANUS ANGGI HANDIKA. NPM: 1851049. Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Jam di Toko ABS Cabang Baturaja OKU. Skripsi (S-1) Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Baturaja. Di bawah Bimbingan Dr. Hendra Alfani, M.I.Kom sebagai Pembimbing I dan Darwadi, M. I. Kom sebagai Pembimbing II.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi Komunikasi Toko Jam ABS dalam menarik minat konsumen. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan *Action Assembly Theory*. Toko ABS cabang Baturaja OKU mengutamakan menjual produk-produk jam dari yang paling murah sampai yang memiliki kualitas yang tinggi, dengan mengusung berbagai macam brand.

Strategi toko ABS cabang Baturaja OKU dalam memasarkan produk mengutamakan penjualan dengan cara personal selling. Toko Jam ABS melakukan pendekatan langsung dan datang langsung ke toko/pengecer sasaran untuk meningkatkan penjualan produk karena Toko Jam ABS tidak menggunakan iklan untuk promosi. Pemasaran langsung atau *direct marketing* menargetkan kepada konsumen secara individual dengan tujuan untuk memperikan pesan personal dan membangun hubungan berdasarkan respon terhadap komunikasi langsung tersebut. Media yang dapat memberikan respon secara langsung merupakan alat komunikasi utama bagi pemasaran langsung.

Toko ABS melihat peluang yang cukup besar untuk menggunakan *Personal selling* (penjualan personal) untuk meningkatkan jumlah pengunjung di toko ABS. Karena pelanggan Toko Jam ABS segmen utamanya adalah toko, pengecer dan konsumen maka *Personal selling* (penjualan personal) cocok digunakan sebagai strategi utama dalam kegiatan komunikasi pemasaran dan seperti apa yang dikemukakan oleh Toko Jam ABS, *Personal selling* (penjualan personal) adalah komunikasi interpersonal di mana penjual mengungkapkan dan memuaskan kebutuhan pelanggan, yang dapat saling menguntungkan kedua belah pihak. Dalam banyak kategori bisnis to bisnis (B to B), *Personal selling* (penjualan personal) adalah fungsi dominan komunikasi pemasaran. Toko ABS cabang Baturaja OKU memastikan kualitas produk dan kulaitas pelayanan yang mereka berikan tetap terjaga. Sehingga konsumen toko ABS cabang Baturaja OKU banyak kembali belanja dan menjadi pelanggan tetap. Toko ABS selalu melakukan monitoring akan perkembangan *Personal selling* (penjualan personal) Toko ABS cabang Baturaja OKU hal ini dilakukan untuk menemukan masalah-masalah yang ada di pasaran sehingga bisa dicari penyelesaiannya.

***Kata Kunci: Strategi, Komunikasi Pemasaran, Toko ABS***

## **ABSTRACT**

**STEPANUS ANGGI HANDIKA. NPM: 1851049. Marketing communication strategy for ABS watches at Baturaja OKU branch. Thesis (S-1) Department of Communication Science, Faculty of Social and Political Sciences, University of Baturaja. Under the Guidance of Dr. Hendra Alfani, M.I. Kom as Supervisor I and Darwadi, M. I. Kom as Supervisor II.**

*This study aims to determine The ABS Clock Store's communication strategy in attracting consumer interest. In this study, researchers used Action Assembly Theory. ABS store Baturaja OKU branch prioritizes selling watch products from the cheapest to those with high quality, carrying various kinds of brands.*

*The strategy of the ABS Baturaja OKU store in marketing products is prioritizing sales by means of personal selling. The ABS Clock Store takes a direct approach and comes directly to the target shop/retailer to increase product sales because the ABS Clock Store does not use advertising for promotion. Direct marketing or direct marketing targets individual consumers with the aim of delivering personal messages and building relationships based on responses to these direct communications. Media that can provide a direct response is the main communication tool for direct marketing.*

*ABS stores see a big opportunity to use personal selling to increase the number of visitors in ABS stores. Because the main segment of ABS Jam Store customers are shops, retailers and consumers, personal selling is suitable to be used as the main strategy in marketing communication activities and as stated by ABS Clock Store, Personal selling is interpersonal communication where the seller expresses and satisfies customer needs, which can be mutually beneficial for both parties. In many business to business (B to B) categories, personal selling is the dominant function of marketing communications. The ABS store in Baturaja OKU ensures that the quality of the products and services they provide is maintained. So that many consumers of the ABS store at Baturaja OKU branch return to shopping and become regular customers. The ABS store always monitors the development of Personal selling at the Baturaja OKU branch of the ABS store, this is done to find problems in the market so that solutions can be found.*

**Keywords: Strategy, Marketing Communication, ABS Store**