

**ANALISIS *PERSONAL SELLING* KAIN KUALITAS *GRADE 2* SEBAGAI
BAGIAN DARI PRODUK PT. SARI WARNA ASLI**



Tugas Akhir

Diajukan untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Persyaratan Guna
Mencapai Gelar Ahli Madya Manajemen Pemasaran pada Program Studi Diploma III
Manajemen Pemasaran Sekolah Vokasi Universitas Sebelas Maret

Oleh:

Kukuh Adi Prasetya

NIM. F3218042

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III MANAJEMEN PEMASARAN
SEKOLAH VOKASI
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA
2021**

ABSTRAK**ANALISIS *PERSONAL SELLING* KAIN KUALITAS *GRADE 2* SEBAGAI
BAGIAN DARI PRODUK PT. SARI WARNA ASLI****KUKUH ADI PRASETYA****F3218042**

Kualitas produk merupakan suatu elemen yang melekat pada suatu hasil produk yang menjadi salah satu faktor pengelompokkan hasil jadi suatu produk. Kualitas produk dapat berbeda – beda tergantung dari cara pengolahan dan perawatan produk tersebut yang tentunya tiap kelompok kualitas tersebut memiliki pasarnya masing – masing. Strategi pemasaran yang efektif dan efisien serta penanganan dari kualitas suatu produk tersebut akan menentukan laku atau tidaknya produk tersebut ketika dijual sehingga dapat menciptakan keuntungan dari terciptanya produk dengan berbagai kualitas tersebut. Berdasarkan hal tersebut, penulis mengambil judul “ANALISIS *PERSONAL SELLING* KAIN KUALITAS *GRADE 2* SEBAGAI BAGIAN DARI PRODUK PT. SARI WARNA ASLI”

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan cara studi pustaka, observasi langsung di PT. Sari Warna Asli serta melakukan beberapa wawancara dengan karyawan internal PT. Sari Warna Asli. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode penelitian deskriptif kualitatif.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis penerapan *Personal Selling* PT. Sari Warna Asli pada kain kualitas *Grade 2*.

Kata kunci : kualitas produk, *Personal Selling*, kualitas *Grade 2*

ABSTRACT***PERSONAL SELLING ANALYSIS OF GRADE 2 QUALITY FABRIC AS
PART OF PRODUCTS PT. SARI WARNA ASLI*****KUKUH ADI PRASETYA****F3218042**

Product quality is an element attached to a product which is one of the factors in classifying the finished product of a product. Product quality can vary depending on how to care for and care for the product, of course, each quality group has its own market. An effective and efficient marketing strategy as well as the handling of the quality of a product will determine whether or not the product is sold. so as to create profits from the creation of products with various qualities. Based on this, the authors take the title "PERSONAL SELLING ANALYSIS OF GRADE 2 QUALITY FABRIC AS PART OF PRODUCTS PT. SARI WARNA ASLI"

The data collection technique used in this research is by means of literature study, direct observation at PT. Sari Warna Asli and conducted several interviews with internal employees of PT. Sari Warna Asli. The research method used is descriptive qualitative research method.


The purpose of this study was to analyze the application of Personal Selling PT. Sari Warna Asli on Grade 2 quality fabric.

Keywords: product quality, personal selling, Grade 2 quality

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir dengan Judul :

ANALISIS *PERSONAL SELLING* KAIN KUALITAS *GRADE 2* SEBAGAI BAGIAN DARI PRODUK PT. SARI WARNA ASLI



Telah disetujui dan diterima oleh pembimbing
Tugas Akhir Program Studi Diploma Manajemen Pemasaran
Sekolah Vokasi
Universitas Sebelas Maret
Surakarta

Surakarta, 2021

Pembimbing



Pram Suryanadi S.E., M.Si

NIP. 1974122420130201

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan Judul :

ANALISIS *PERSONAL SELLING* KAIN KUALITAS *GRADE 2* SEBAGAI BAGIAN DARI PRODUK PT. SARI WARNA ASLI

Telah disahkan oleh Tim Penguji Akhir
Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran
Sekolah Vokasi Universitas Sebelas Maret Surakarta

Surakarta, Agustus 2021

Tim Penguji Tugas Akhir
Penguji

Brian Gregory Adhiehendra S.E, M.Sc.
NIP. 1992022720200801

Pembimbing

Pram Suryanadi S.E, M.Si
NIP. 1974122420130201



Drs. Santoso Tri Hananto, M.Si., Ak.
NIP. 196909241994021001

Mengetahui,
Ketua Program Studi
D3 Manajemen Pemasaran

Desy Mayasari S.E., M.Sc.
NIP. 198712112020122010

MOTTO

“ Jangan terlalu percaya dan bergantung pada harapan dan ekspektasi,
karena harapan dan ekspektasi kadang mengkhianati “

“ Believe in Miracle but Don't depend on Them”

“ Kamu boleh melakukan apapun selama tidak mengganggu orang di
sekitarmu “

“ pandangan terhadap sesuatu bisa berbeda tergantung perspektif yang
kita ambil “

“ kamu tidak butuh menjadi jahat untuk melakukan tindakan jahat.
Kamu hanya perlu percaya apa yang kamu buat itu benar “

“ Kesempatan datang berulang kali, tapi kesempatan yang sama tidak
datang dua kali “

“ *Meneng, Anteng, Ganteng* “

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur Alhamdulillah, saya mempersembahkan karya ini kepada :

1. Kepada kedua orang tua saya, Margi Astadi dan Hesti Puspita
2. Kepada Bapak dan Ibu Dosen yang telah membimbing saya dari saya masuk kuliah hingga lulus dengan gelar Ahli Madya.
3. Teman – teman satu angkatan Manajemen Pemasaran 2018.
4. Almamater saya Universitas Sebelas Maret Surakarta.



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul “ *ANALISIS PERSONAL SELLING KAIN KUALITAS GRADE 2 SEBAGAI BAGIAN DARI PRODUK PT. SARI WARNA ASLI* “

Penulisan Tugas Akhir ini disusun untuk memenuhi syarat - syarat mencapai gelar Ahli Madya pada Program DIII Manajemen Pemasaran, Sekolah Vokasi Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Penulis menyadari bahwa penulisan Tugas Akhir ini banyak mengalami hambatan, namun penulis mendapat banyak masukan, kritik, saran serta bimbingan dari berbagai pihak. Maka dari itu, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Allah S.W.T karena rahmat, ridho, dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik.
2. Bapak Drs.Santoso Tri Hananto, M.Si., Ak. selaku Direktur Sekolah Vokasi Universitas Sebelas Maret Surakarta
3. Ibu Desy Mayasari S.E.,M.Sc selaku Kepala Program Studi DIII Manajemen Pemasaran.
4. Bapak Pram Suryanadi S.E, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang selalu memberikan nasihat, memberikan dukungan dan selalu meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan pengarahan kepada penulis dalam penyelesaian praktik kerja lapangan dan Tugas Akhir.
5. PT. Sari Warna yang telah memperbolehkan dan mengayomi dengan sangat baik selama kegiatan magang berlangsung serta telah membantu memberikan keperluan yang penulis butuhkan dalam penyusunan Tugas Akhir.

6. Orang tua penulis yang selalu memperjuangkan, menyemangati serta memberikan doanya pada setiap ibadah untuk anaknya.
7. Seluruh teman – teman D3 Manajemen Pemasaran Angkatan 2018 atas kebersamaan dan kerjasamanya selama menempuh dunia perkuliahan
8. Teman magang saya Ariqo Toti Izzudan & Royyan Baraja atas kebersamaannya selama menjalani kegiatan magang.
9. Kawan kos saya Ramdhani Amartya & Adam Akbar yang selalu menemani, memberikan masukan, serta menuruti keegoisan penulis selama di kos
10. Teman yang selalu penulis repotkan Adam Akbar & Ulfa Irchani yang selalu memberikan masukan dan dukungan yang berarti dalam pembuatan Tugas Akhir ini

Penulis menyadari bahwa penulisan Tugas Akhir ini memiliki banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Karena hal itulah, dibutuhkan kritik dan saran dari segala pihak agar nantinya Tugas Akhir ini dapat lebih baik dan bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan.

Klaten, 08 – Juli – 2021

Penulis



KUKUH ADI PRASETYA

F3218042

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL.....	I
ABSTRAK	II
ABSTRACT	III
HALAMAN PERSETUJUAN.....	IV
HALAMAN PENGESAHAN.....	V
MOTTO.....	VI
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	VII
KATA PENGANTAR.....	VIII
DAFTAR ISI.....	X
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitan.....	5
BAB II.....	6
TINJAUAN PUSTAKA.....	6
A. Pengertian Pemasaran	6
B. Pengertian Strategi Pemasaran	7
B1. Elemen - Elemen Strategi Pemasaran.....	7

B2. Faktor - Faktor Strategi Pemasaran	8
C. Pengertian Kualitas Produk	10
C1. Manfaat Kualitas Produk	11
C2. Dimensi Kualitas Produk.....	13
C3. Tingkatan Kualitas Produk	15
C4. Perspektif Kualitas Produk	16
C5. Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk	18
D. Pengertian <i>Personal Selling</i>	20
D1. Ciri Khusus <i>Personal Selling</i>	20
D2. Tujuan <i>Personal Selling</i>	21
E. Pengertian Minat dan Minat Beli Konsumen	22
E.1. Minat Beli Konsumen.....	22
E.2. Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen	23
BAB III.....	25
METODE PENELITIAN	25
A. Desain Penelitian	25
B. Objek Penelitian	25
C. Jenis dan Sumber Data	26
D. Metode Pengumpulan Data	27
E. Metode Penelitian	29
BAB IV	30
PEMBAHASAN	30

A. Gambaran Umum Perusahaan	30
B. Laporan Kegiatan Magang Mahasiswa	35
C. Hasil Penelitian.....	43
BAB V	46
PENUTUP	46
A. Kesimpulan.....	46
B. Saran	46
DAFTAR PUSTAKA	49
Lampiran 1	53
Draft Wawancara Eksternal.....	53
Lampiran 2	56

