

GAWE IKLAN MENARIK KANGGO ARTIS LAN JUMBEL

Maradita Wulandari
maradiarta25smk@gmail.com

Abstrak

Perusahaan nyoba pengaruh lan mbujuk konsumen supaya kasengsem nggunakake produke. Mula, perusahaan kudu nggatekake bauran pemasaran, yaiku unsur produk, rega, distribusi, lan promosi. Salah sawijining alat promosi sing asring digunakake ing perusahaan farmasi yaiku penjualan pribadi. Panaliten menika gadhah ancas kangge mangertosi kados pundi strategi personal selling ingkang dipuntindakaken dening perusahaan kangge nggayuh kesetiaan pelanggan. Konsep sing digunakake penulis kanggo riset iki yaiku nemtokake lan kualifikasi pelanggan potensial, pendekatan awal, presentasi, ngatasi bantahan, nutup lan tindak lanjut.

Kata Kunci: Iklan Menarik, Media Sosial Influencer, Efek Promosi, Penjualan, Konsumen

PUSTAKA

Anggrane, FN (2020). REALITAS KOMPETENSI GURU PASCA SERTIFIKASI. JURNAL REFLEKSI ILMIAH: Ekonomi, Akuntansi, Manajemen lan Bisnis, 3(4), 331-340.

Bagong Suyatna, Metode Penelitian Sosial: Berbagai Pendekatan Alternatif, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005

Basu Swastha, Manajemen Penjualan (Edisi 3), Jakarta, 2009

Buchory, Herry Achmad, lan Djasmin Saladin, Dasar-dasar Pemasaran Bank, 2006, Bandung

Bungin, Burhan, Metodologi Penelitian Kuantitatif, Jakarta, 2005

Wahyudi, W .(2020). KINERJA DOSEN: KONTRIBUSINYA TERHADAP AKREDITASI PERGURUAN TINGGI. JURNAL REFLEKSI ILMIAH: Ekonomi, Akuntansi, Manajemen lan Bisnis, 3(4), 401-410.

William J. Stanton & Charles Futrel, Fundamental Of Marketing, Jakarta, 2000