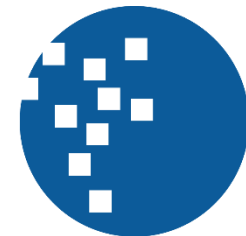


**STARATEGI *PERSONAL SELLING* IQOS DALAM
MENINGKATAN MINAT PEMBELIAN KONSUMEN**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

EDWARD WIBISONO

00000059719

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2025

**STARATEGI *PERSONAL SELLING* IQOS DALAM
MENINGKATAN MINAT PEMBELIAN KONSUMEN**



Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

EDWARD WIBISONO

00000059719

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Edward Wibisono

Nomor Induk Mahasiswa : 00000059719

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Jenjang : S1

Skripsi dengan judul:

STARATEGI *PERSONAL SELLING* IQOS DALAM MENINGKATAN MINAT PEMBELIAN KONSUMEN

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari laporan karya tulis ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, **telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.**

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan magang maupun dalam penulisan laporan karya tulis , saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 24 Juni 2025

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



(Edward Wibisono)

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

Starategi *Personal Selling* Iqos Dalam Meningkatkan Minat Pembelian
Konsumen

Oleh

Nama : Edward Wibisono
NIM : 00000059719
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Senin, 14 Juli 2025

Pukul 14.30 s.d 16.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji

Chininta Rizka A., S.I.Kom, M.Si.

NIDN 0320079201

Pembimbing

Nike Putri Yunandika, S.I.Kom., M.I.Kom

NIDN 0325019101

Agus Kustiwa, S.Sos, M. Si.

NIDN 0318118203

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.

NIDN 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Edward wibisono

NIM : 00000059719

Program Studi : Ilmu komunikasi

Jenjang : S1

Judul Karya Ilmiah : *STARATEGI PERSONAL SELLING IQOS*
DALAM MENINGKATAN MINAT PEMBELIAN KONSUMEN

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia*

- ☒ Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.
- ☐ Saya tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*) **.
- ☐ Lainnya, pilih salah satu:
 - ☐ Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara
 - ☐ Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 24 juni. 2025



(Edward Wibisono)

KATA PENGANTAR

Segala puji dan rasa syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat dan anugerah-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul " *STARATEGI PERSONAL SELLING IQOS DALAM MENINGKATKAN MINAT PEMBELIAN KONSUMEN*" sebagai bagian dari syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Multimedia Nusantara.

Mengucapkan terima kasih

1. Bapak Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si, selaku Ketua Program Studi Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Agus Kustiwa, S.Sos, M. Si, sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Teman – teman saya,

Tangerang, 24 Juni 2025



Edward Wibisono

STRATEGI *PERSONAL SELLING* IQOS DALAM MENINGKATAN MINAT PEMBELIAN KONSUMEN

Edward Wibisono

ABSTRAK

IQOS adalah produk tembakau alternatif pengganti rokok yang dalam pemasarannya lebih memfokuskan pendekatan secara langsung dengan memakai strategi *personal selling*. Melalui pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan staf penjualan (IQOS staff), supervisor, manajer area, serta konsumen yang telah berinteraksi langsung di booth IQOS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan *personal selling* IQOS ditunjang oleh beberapa aspek penting, antara lain pelatihan dan pemahaman produk (*product knowledge*), standar pelayanan berbasis SOP “WeCare”, keterampilan komunikasi interpersonal, motivasi kerja, serta dukungan teknologi seperti program *lending*, *referral*, dan *after-sales service*. Temuan juga mengungkap bahwa IQOS berfokus tidak hanya pada transaksi, tetapi juga pada pembangunan relasi jangka panjang melalui pendekatan komunikasi dua arah yang profesional dan edukatif. Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap literatur pemasaran dengan menyoroti bagaimana strategi *personal selling* yang terstruktur dapat mempengaruhi keputusan pembelian dan loyalitas konsumen dalam konteks produk tembakau alternatif.

Kata kunci: *personal selling*, IQOS, Konsumen

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

IQOS Personal Selling Strategy in Increasing Consumer Purchase Interest

Edward Wibisono

ABSTRACT

IQOS is an alternative tobacco product that serves as a substitute for conventional cigarettes, with its marketing strategy primarily focusing on a direct approach through personal selling.". Through a qualitative approach with a case study method, data was collected through in-depth interviews with sales staff (IQOS staff), supervisors, area managers, and consumers who had interacted directly at the IQOS booth. The results of the study indicate that the success of IQOS personal selling is supported by several important aspects, including training and product knowledge, service standards based on the "WeCare" SOP, interpersonal communication skills, work motivation, and technological support such as lending programs, referrals, and after-sales service. The findings also reveal that IQOS focuses not only on transactions, but also on building long-term relationships through a professional and educational two-way communication approach. This study contributes to the marketing literature by highlighting how a structured personal selling strategy can influence purchasing decisions and consumer loyalty in the context of alternative tobacco products.

Keywords: *Personal selling, IQOS, Consumen*



DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Pertanyaan Penelitian	6
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Kegunaan Penelitian.....	6
1.5.1 Kegunaan Akademis	6
1.5.2 Kegunaan Praktis.....	7
1.5.3 Kegunaan Sosial	7
1.5.4 Keterbatasan Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORITIS.....	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Landasan Konsep	15
2.3 Kerangka Pemikiran.....	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	26
3.1 Paradigma Penelitian.....	26
3.2 Jenis dan Sifat Penelitian.....	26
3.3 Metode Penelitian.....	27
3.4 Pemilihan Informan / Unit Analisis	27

3.5	Teknik Pengumpulan Data	28
3.6	Keabsahan Data.....	29
3.7	Teknik Analisis Data	29
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		30
4.1	Subjek dan Objek Penelitian.....	30
4.1.1.	Subjek Penelitian	30
4.1.2	Objek Penelitian	32
4.2	Hasil Penelitian	33
4.2.1.	Langkah-langkah <i>Personal selling IQOS</i>	34
4.2.2	Aspek-Aspek <i>Personal selling IQOS</i>	41
4.3	Pembahasan	46
4.3.1.	Langkah langkah <i>Personal Selling</i>	47
4.3.2.	Aspek Aspek pendukung <i>personal selling</i>	53
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		60
5.1	Kesimpulan	60
5.2	Saran	61
5.2.1	Saran Akademis.....	61
5.2.2	Saran Praktis.....	62
DAFTAR PUSTAKA.....		63
LAMPIRAN		65



DAFTAR TABEL

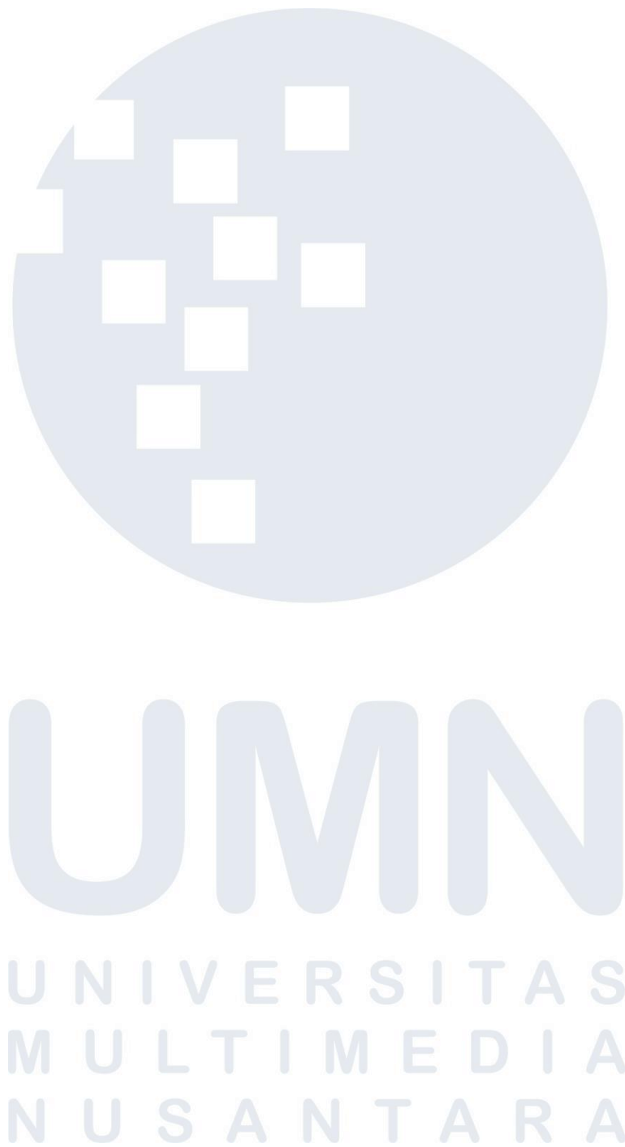
Tabel 2. 1 Tabel Penelitian Terdahulu.....	9
Tabel 2. 2 Daftar Informan.....	28



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Produk IQOS	2
Gambar 1. 2 Perbandingan Regional	5



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A. Turnitin.....	66
Lampiran B. Konsultasi Form	67
Lampiran C. Tabel Axial Coding	68

