

ABSTRAK

Ainur Rozi, NIM B06206024, 2010, KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM PENJUALAN PRODUK (Studi penelitian pada PT SAS BANGUN ISTANA) Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya

Kata Kunci : Komunikasi, Pemasaran, Penjualan Produk

Dalam Skripsi ini mengkaji satu persoalan Yaitu: Bagaimana Proses komunikasi pemasaran pada PT SAS BANGUN ISTANA dalam menjual produk yang dimiliki, adapun tujuan penelitian ini adalah ingin mengetahui proses komunikasi pemasaran pada PT SAS BANGUN ISTANA dalam menjual produk yang dimiliki.

Untuk mengungkap permasalahan tersebut secara menyeluruh dan mendalam dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif, Karena Penelitian Kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa *hasil observasi*. Jenis kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis dan lisan dari orang-orang dan pelaku yang di amati untuk di arahkan pada latar dan individu dan Penelitian ini menggunakan pendekatan Deskriptif Fenomenologi, fenomenologi yakni studi mengenai bagaimana manusia mengalami kehidupannya di dunia. Studi ini melihat objek dan peristiwa dari perspektif orang yang mengalami. Realitas dalam fenomenologi selalu merupakan bagian dari pengalaman sadar seseorang., kemudian data tersebut di analisis dengan dasar pemikiran Zeitham dan Bitner, serta Wilbur Schramm sehingga di peroleh hasil temuan yang mendalam tentang proses komunikasi pemasaran dalam penjualan produk.

Adapun hasil dari temuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) Beriklan Di Media Cetak, (2) Mengadakan Pameran, (3) Memanfaatkan Kantor Pemasaran.