

ABSTRAK

Keberhasilan suatu perusahaan ditentukan oleh kemampuan manajemen perusahaan itu dalam memanfaatkan peluang yang terdapat di masyarakat dan mengelola bauran pemasaran dari kegiatan promosi yang ada. Dalam perusahaan *showroom* menjual produk mobil bekas berupa: Produk, harga, promosi, distribusi/tempat, merupakan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi dan mendorong seorang konsumen untuk mengkonsumsi jasa yang ditawarkan. Sehingga dengan adanya kegiatan promosi yang dilakukan perusahaan seperti *showroom* menjual produk mobil bekas akan menciptakan tanggapan penting dari setiap konsumennya. Dalam menentukan konsumen, yang dihitung bukanlah jumlah mayoritasnya namun mayoritas yang efektif. Mayoritas yang efektif ini merupakan kalangan konsumen sebagai pengunjung pada bursa mobil di otobursa mobil bekas TVRI Bandung yang datang ke tempat itu sendiri. Tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui *approach, presentation and demonstration, handling objections*, dan untuk mengetahui *closing* dari *sales showroom* mobil *Vans Motor* menurut calon konsumen bursa pameran Otobursa Mobil Bekas di TVRI Bandung. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif, Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan angket kepada 67 responden sebagai sampel. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *random sampling*. Ukuran Sampel didapat dengan menggunakan Rumus Slovin.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kegiatan promosi *showroom* mobil *Vans Motor* dari *personal selling* kepada calon konsumen bursa pameran otobursa mobil bekas di TVRI Bandung adalah baik. Adapun aspek *personal selling* yang ditelitinya meliputi *approach, presentation and Demonstration, Handling Objections, and Closing*

Kata Kunci : Promosi, *Personal Selling, Sales.*