

PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN PAKET WISATA DOMESTIK MELALUI *PERSONAL SELLING* DI ANGKASA YUDISTIRA TRAVEL

Oleh
Salsabila Lulu Inayah
20756080

RINGKASAN

Angkasa Yudistira Travel merupakan salah satu biro perjalanan wisata di Lampung. Angkasa Yudistira Travel memiliki produk diantaranya, *ticket booking* (hotel dan pesawat), paket wisata dalam maupun luar negeri, domestik dan paket umroh. Dari berbagai produk yang tersedia khususnya paket wisata domestik, Angkasa Yudistira Travel melakukan strategi *personal selling* agar meningkatkan kepercayaan calon wisatawan dan mempengaruhi keputusan mereka dalam memilih paket wisata yang ditawarkan. Metode yang digunakan dalam penyelesaian tugas akhir ini adalah wawancara, observasi dan dokumentasi dengan menggunakan 2 data yaitu data primer dan data sekunder serta menggunakan metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam melakukan pelayanan Angkasa Yudistira Travel menerapkan strategi *personal selling*. Penyusunan tugas akhir ini bertujuan untuk 1) Mendeskripsikan strategi pemasaran paket wisata domestik melalui *personal selling* yang diterapkan di Angkasa Yudistira Travel. 2) Mendeskripsikan sejauh mana peran metode *personal selling* dalam penjualan paket wisata domestik di Angkasa Yudistira Travel. Hasil dan pembahasan dari tugas akhir ini menunjukkan Angkasa Yudistira Travel memiliki banyak paket wisata dengan tujuan perjalanan, layanan dan harga yang berbeda. Kemudian dalam melakukan pemasarannya menerapkan strategi *personal selling* yang terdiri dari *prospecting*, *pre-approach*, *approach*, *presentation*, mengatasi keberatan, penutupan/*closing*, dan *follow up*.

Kata Kunci: *Personal Selling*, Paket Wisata Domestik , Angkasa Yudistira Travel.