



HUBUNGAN KOMUNIKASI SALES PERSON
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
PADA APARTEMEN BELLAGIO
JAKARTA

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana
Strata 1 (S – 1) Komunikasi Bidang Studi Advertising & Marketing
Communications

Disusun oleh:

AMALIA
44306110006

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2010

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
ABSTRAKSI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
BAB I	
PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	4
1.4. Manfaat Penelitian.....	4
1.4.1. Manfaat Teoritis.....	5
1.4.2. Manfaat Praktis.....	5
BAB II	
LANDASAN TEORI	
2.1. Personal Selling sebagai bagian dari Pemasaran...	6
2.2. Peran Komunikasi dalam Personal Selling.....	11
2.3. Komunikasi Interpersonal.....	17
2.4. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	25
2.5. Kerangka Pemikiran.....	30
BAB III.	
METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Sifat Penelitian.....	32
3.2. Metode Penelitian.....	33
3.3. Populasi dan Sampel.....	33
3.3.1 Populasi.....	33
3.3.2 Sampel.....	34
3.3.3 Ukuran Sampel.....	34
3.4. Metode Pengumpulan Data.....	35
3.4.1. Data Primer.....	35
3.4.2. Data Skunder.....	35
3.6. Teknik Pengukuran dan Analisa Data.....	36
3.5.1 Uji Hipotesis.....	37
3.5.2 Uji Korelasi.....	38
BAB IV	
HASIL PENELITIAN DAN ANALISA DATA	
4.1 Deskripsi Aktifitas Personal Selling Apartemen Bellagio....	42
4.2. Hasil Penelitian.....	43
4.2.1. Penyebaran Kuesioner.....	43
4.2.2. Identitas Responden.....	43
4.3. Komunikasi Dalam Personal Selling.....	46

4.4. Pengambilan Keputusan Pembelian.....	55
4.5 Pembahasan.....	63

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan.....	65
5.2. Saran.....	66

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN