DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI iv
KATA PENGANTAR v
ABSTRAK vii
DAFTAR ISI viii
DAFTAR GAMBAR x
DAFTAR TABEL xi
DAFTAR LAMPIRAN xii
BAB I PENDAHULUAN
1.1 Latar Belakang Penelitian 1
1.2 Fokus Penelitian 9
1.3 Tujuan Penelitian 10
1.4 Manfaat Penelitian 10
1.4.1 Manfaat Akademis 10
1.4.2 Manfaat Praktis 10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA
2.1 Penelitian Terdahulu 11
2.2 Kajian Teori 20
2.2.1 Komunikasi Pemasaran 20
2.2.2 Tujuan Komunikasi Pemasaran 22
2.2.3 Strategi Komunikasi Pemasaran 23
2.2.4 Bauran Pemasaran 27
2.2.5 Strategi Personal Selling 27
2.2.5.1 Karakteristik Personal Selling 28
2.2.5.2 Kriteria Tenaga Personal Selling 29
2.2.5.1 Fungsi Personal Selling 30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN
3.1 Paradigma Penelitian 31
3.2 Metode Penelitian 32

http://digilib.mercubuana.ac.id/

3.3 Teknik Pengumpulan Data 33
3.3.1 Data Primer 33
3.3.2 Data Sekunder 34
3.4 Teknik Analisis Data 34
3.5 Teknik Keabsahan Data 34
3.5.1 Triangulasi Sumber 35
3.5.2 Triangulasi Metode 35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
4.1 Gambaran Objek Penelitian 37
4.1.1 Sejarah Universitas Mercu Buana 37
4.1.2 Profil Universitas Mercu Buana 39
4.1.3 Program Pendaftaran Mahasiswa Baru 41
4.2 Hasil Penelitian 43
4.2.1 Perencanaan Personal selling 45
4.2.2 Analisis Situasi 45
4.2.3 Analisis SWOT 49
4.2.4 Pesaing atau Kompetitor Perusahaan 55
4.2.5 Target Market 60
4.2.6 Alat Promosi 62
4.2.7 Perumusan Personal Selling 65
4.2.8 Implemenatasi Personal selling 67
4.2.9 Evaluasi Personal Selling 68
4.3 Pembahasan 72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN
5.1 Kesimpulan 85
5.2 Saran 86
5.2.1 Saran Akademis 86
5.2.2 Saran Praktis 87
DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

UNIVERSITAS MERCU BUANA

http://digilib.mercubuana.ac.id/