

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PERNYATAAN ORIGINALITAS	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	v
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SRIPSI	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABLE	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian.....	10
1.3 Tujuan penelitian	10
1.4 Manfaat penelitian	11
1.4.1 Manfaat Akademis.....	11
1.4.2 Manfaat Praktis.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
2.2 Kajian Teroritis.....	17
2.2.1 Komunikasi Pemasaran	17
2.2.2 Pemasaran <i>Business To Business</i>	19
2.2.2.1 Perbedaan B2B dan B2C	20
2.2.2.2 Beberapa Karakteristik B2B	22
2.2.3 Bauran Komunikasi Pemasaran.....	22
2.2.4 Bauran Promosi	23
2.2.5 Segmentasi, <i>Targeting dan Positioning</i>	25

2.2.5.1	Segmentasi	25
2.2.5.2	<i>Tarteting</i>	26
2.2.5.3	<i>Positioning</i>	27
2.2.6	<i>Personal Selling</i>	28
2.2.6.1	Tujuan <i>Personal Selling</i>	30
2.2.6.2	Kriteria <i>Personal Selling</i>	31
2.2.6.3	Faktor-Faktor <i>Personal Selling</i>	32
2.2.6.4	Jenis-jenis Penjualan Tatap Muka (<i>Personal Selling</i>).....	33
2.2.6.5	Keuntungan dan Kelemahan <i>Personal Selling</i>	35
2.2.6.6	Strategi Penjualan Tatap Muka (<i>Personal Selling</i>).....	37
2.2.6.7	Langkah-langkah Proses Penjualan Tatap Muka (<i>personal selling</i>)..	38
2.2.6.8	Penentu Peran <i>Personal Selling</i>	39
2.2.6.9	Alat – Alat <i>Personal Selling</i>	40
2.2.6.10	<i>Personal Selling Business To Business</i>	40
2.2.6.11	Proses <i>Personal Selling</i> Pasar <i>Business</i>	41
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		45
3.1.	Paradigma Penelitian	45
3.2	Metode Penelitian	46
3.3	Subjek Penelitian.....	47
3.4	Teknik Pengumpulan Data	48
3.4.1	Data Primer.....	48
3.4.2	Data Sekunder.....	49
3.5	Teknik Analisa Data	50
3.6	Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	51
3.6.1	Tringulasi Sumber	51
3.6.2	Pemeriksaan Sejawat.....	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		54
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	54
4.1.1	Sejarah Singkat Wyl’s Kitchen Pakubuwono	54
4.1.2	Visi Misi Perusahaan	59
4.1.3	Struktur Organisasi Perusahaan.....	60

4.2	Hasil Penelitian	61
4.2.1	STP	62
4.2.2	Strategi Promosi Wyl's Kitchen Pakubuwono	65
4.2.3	Aktivitas <i>Personal Selling</i>	66
4.2.3.1	<i>Prospecting and Qualifying</i> (Menentukan & Mengidentifikasi Konsumen).....	68
4.2.3.2	<i>PreApproach</i> (Pendekatan Awal)	73
4.2.3.3	<i>Approach</i> (Pendekatan).....	74
4.2.3.4	<i>Presentation and Demonstration</i> (Presentasi & Demo)	76
4.2.3.5	<i>Handling Objection</i> (Mengatasi Keberatan).....	80
4.2.3.6	<i>Closing</i> (Penutupan).....	82
4.2.3.7	<i>Follow Up</i> (Tindak Lanjut).....	84
4.3	Pembahasan.....	86
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		98
5.1	Kesimpulan	98
5.2	Saran	99
5.2.1	Saran Akademis	99
5.2.2	Saran Praktis	99
DAFTAR PUSTAKA.....		101

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Pelanggan dan Pendapatan WYL'S Kitchen Pakubuwono.....	9
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
Tabel 2.2 Perbedaan antara B2B dengan B2C.....	21
Tabel 4.1 Bentuk Kegiatan Promosi Wyl's Kitchen Pakubuwono.....	65
Tab; 4.2 Alur Tahapan Aktivitas Personal Selling.....	90



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Alur Teknis Analisis Data.....	50
Gambar 3.2 Tringulasi Sumber.....	52
Gambar 4.1 Menu Ala Carte Wyl’s Kitchen Pakubuwono.....	56
Gambar 4.2 Menu Buffet Wyl’s Kitchen Pakubuwono.....	56
Gambar 4.3 Set Menu Wyl’s Kitchen Pakubuwono.....	57
Gambar 4.4 Menu Gourmet Box Wyl’s Kitchen Pakubuwono.....	58
Gambar 4.5 Menu Daily Delivery Wyl’s Kitchen Pakubuwono.....	58
Gambar 4.6 Logo Wyl’s Kitchen.....	59
Gambar 4.7 Struktur Organisasi Wyl’s Kitchen Pakubuwono.....	60



DAFTAR LAMPIRAN

Dokumentasi Narasumber (Area Wyl's Kitchen Pakubuwono)

Dokumentasi Hasil Observasi Wyl's Kitchen Pakubuwono

Interactive Marketing Wyl's Kitchen Pakubuwono

Daftar Riwayat Hidup

