

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>COVER SKRIPSI .....</b>	
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	6
1.3 Identifikasi Masalah .....	7
1.4 Tujuan dan Manfaat.....	7
1.4.1 Tujuan Penelitian .....	7
1.4.2 Manfaat Penelitian .....	9
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA . .....</b>	
2.1 Penelitian Terdahulu .....	10
2.2 Komunikasi Pemasaran .....	13
2.3 Personal Selling .....	23
2.3.1 Tujuan Personal Selling .....	25
2.3.2 Kriteria Personal Selling .....	27
2.3.3 Faktor Faktor Personal Selling .....	28
2.3.4 Jenis Jenis Penjualan Tatap Muka .....	30
2.3.5 Keuntungan dan Kelemahan Personal Selling.....	33
2.3.6 Strategi Penjualan Tatap Muka.....	35
2.4 Personal Selling Dalam Bisnis Retail Fashion .....	36
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	
3.1 Paradigma Penelitian .....	40
3.2 Tipe Penelitian .....	41

3.3	Subjek Penelitian .....	42
3.4	Metode Penelitian .....	42
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.6	Teknik Analisa Data .....	45
3.7	Teknik Keabsahan Data .....	45
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	47
4.1.1	Core Values PT Mega Perintis Group .....	48
4.1.2	Product And Services .....	48
4.1.3	Struktur Organisasi .....	49
4.1.4	Visi dan Misi PT Mega Perintis Grup.....	56
4.1.5	Data Penjualan .....	57
4.2	Hasil Penelitian .....	63
4.2.1	Personal Selling .....	66
4.2.2	Grooming .....	70
4.2.3	Pemilihan Pendekatan (Approaching) .....	73
4.2.4	Memotivasi Pembeli .....	75
4.3	Pembahasan.....	80
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN</b>	
5.1	Kesimpulan .....	103
5.2	Saran .....	104
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	105
<b>LAMPIRAN</b>	.....	109