

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Manfaat Akademis	8
1.4.2 Manfaat Praktis	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Komunikasi Pemasaran.....	14
2.3 Komunikasi Sebagai Kegiatan Pemasaran.....	16
2.4 Bauran Promosi.....	18

2.5 <i>Personal Selling</i>	23
2.5.1 Definisi dan Pengertian <i>Personal Selling</i>	23
2.5.2 Karakteristik <i>Personal Selling</i>	25
2.5.3 Tujuan <i>Personal Selling</i>	27
2.5.4 Prinsip Dasar <i>Personal Selling</i>	28
2.5.5 Strategi <i>Personal Selling</i>	30
2.5.6 Tahapan <i>Personal Selling</i>	33
2.5.7 Keunggulan <i>Personal Selling</i>	36
2.5.8 Kendala <i>Personal Selling</i>	38
2.5.9 Jenis - jenis <i>Personal Selling</i>	39
2.6 Karakteristik Tenaga Penjual	40
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Paradigma.....	41
3.2 Metode dan Tipe Penelitian	42
3.3 Subyek Penelitian.....	42
3.4 Teknik Pengumpulan Data	45
3.4.1 Data Primer	45
3.4.2 Data Sekunder	45
3.5 Teknik Analisis Data.....	46
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	46

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	50
4.1.1 Profil Peruri.....	50
4.1.2 Visi dan Misi Peruri.....	57
4.1.3 Struktur Organisasi	57
4.1.4 Produk Captive Peruri	59
4.1.5 Produk Non Captive Peruri	59
4.1.6 Profil Pelanggan	60
4.1.7 Komunikasi Pemasaran Peruri	58
4.2 Hasil Penelitian	67
4.2.1 Perencanaan Personal Selling	68
4.2.1.1 Analisa Situasi	69
4.2.1.2 Perumusan Target Market	72
4.2.1.3 Analisa Kompetitor Perusahaan	73
4.2.1.4 Pemilihan Jenis Komunikasi dan Alat Promosi	74
4.2.1.5 Perumusan Strategi <i>Personal Selling</i>	75
4.2.2 Tahapan Personal Selling	76
4.2.2.1 Pendekatan Pendahuluan	76
4.2.2.2 Persentasi dan Peragaan	77
4.2.2.3 Mengatasi Keberatan	79
4.2.2.4 Menutup Penjualan	80
4.2.2.5 Tindak Lanjut dan Pemeliharaan	81

4.3 Pembahasan.....	83
---------------------	----

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	93
----------------------	----

5.2 Saran.....	94
----------------	----

5.2.1 Saran Praktis	94
---------------------------	----

5.2.2 Saran Akademis	95
----------------------------	----

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



UNIVERSITAS
MERCU BUANA