

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI</b> .....	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
1.4.1 Manfaat Akademis/Teoritis .....	7
1.4.2 Manfaat Praktis .....	8
1.4.3 Manfaat Sosial .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>9</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	9
2.1.1 Penerapan <i>Personal Selling</i> pada strategi pemasaran produk INDIHOME di PT. TELKOM KANDATEL BANTUL .....	9
2.1.2 Studi Komunikasi Pemasaran PT. CIPUTRA SYMPHONY melalui aktivitas <i>Personal Selling</i> untuk meningkatkan penjualan perumahan Citraland Pekanbaru .....	10
2.1.3 Peran Komunikasi Antar Pribadi dalam pelayanan penjualan program pembiayaan (Analisis Deskriptif pada Program Cicil Emas Bank Syariah Mandiri Tahun 2018) .....	10
2.1.4 Strategi Promosi Jasa PT. Artha Prima Finance dalam menarik minat nasabah (Studi pada PT. Artha Prima Finance – Bandar Lampung) .....	10
2.1.5 Komunikasi Antar Pribadi dalam Pemasaran Produk Jasa Asuransi (Studi Deskriptif pada Agen Asuransi PT. Axa Financial Indonesia Cabang Medan) .....	11
2.2 Kajian Teoritis.....	15
2.2.1 <i>Marketing Communication</i> .....	15
2.2.2 Komunikasi Pemasaran Terpadu ( <i>Integrated Marketing Communication</i> ) 17	
2.2.2.1 Definisi IMC.....	17
2.2.3 Analisa SWOT.....	20

2.2.4	<i>Segmenting Targeting Positioning</i> .....	21
2.2.4.1	Pengertian Segmentasi Pasar ( <i>Segmentation</i> ).....	21
2.2.4.2	Pengertian <i>Targeting</i> .....	22
2.2.4.3	Pengertian <i>Positioning</i> .....	23
2.2.5	Bauran Pemasaran .....	26
2.2.5.1	<i>Personal Selling</i> .....	28
2.2.5.1.1	Penertian <i>Personal Selling</i> .....	28
2.2.5.1.2	Strategi <i>Personal Selling</i> .....	30
2.2.5.1.3	Tahapan <i>Personal Selling</i> .....	32
2.2.5.1.4	Efektifitas <i>Personal Selling</i> .....	38
2.2.6	Minat Beli Konsumen.....	39
2.2.6.1	Definisi Minat Beli .....	39
2.2.6.2	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Beli .....	41
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....		44
3.1	Paradigma Penelitian.....	44
3.2	Metode Penelitian.....	45
3.3	Subjek Penelitian.....	47
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.4.1	Data Premier .....	49
3.4.2	Data Sekunder.....	51
3.5	Teknik Analisis Data.....	52
3.6	Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	54
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....		56
4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	56
4.1.1	Sejarah Perusahaan The Plaza Residences .....	56
4.1.2	Visi dan Misi PT.MidPlaza Prima .....	57
4.1.2.1	Visi dari PT.MidPlaza Prima.....	57
4.1.2.2	Misi dari PT.MidPlaza Prima .....	58
4.1.3	The Plaza Residences.....	58
4.1.3.1	Struktur Organisasi The Plaza Residences .....	61
4.1.3.2	Proses <i>Personal Selling</i> dalam Penjualan Apartemen The Plaza Residences .....	62
4.1.3.3	Tahapan-tahapan Pemesanan Apartemen The Plaza Residences ...	70
4.2	Hasil Penelitian .....	71
4.2.1	Strategi <i>Personal Selling</i> .....	73
4.2.1.1	Mencari Calon Klien dan Menentukan Kualitasnya ( <i>Prospecting</i> )	79
4.2.1.2	Pra Pendekatan ( <i>Pre-approach</i> ) .....	80
4.2.1.3	Pendekatan ( <i>Approach</i> ) .....	82
4.2.1.4	Melakukan Presentasi ( <i>Presentation</i> ).....	84
4.2.1.5	Menangani Penolakan ( <i>Handling Objection</i> ).....	88
4.2.1.6	Menutup Transaksi ( <i>Closing</i> ).....	90
4.2.1.7	Menindaklanjuti ( <i>Follow Up</i> ).....	91

4.3 Pembahasan.....	98
4.3.1 Pembahasan tentang SWOT di PT.MidPlaza Prima.....	99
4.3.2 Pembahasan tentang STP di PT.MidPlaza Prima .....	101
4.3.3 Tahapan-tahapan <i>Personal Selling</i> .....	104
4.3.4 Minat Beli Konsumen .....	105
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	108
5.1 Kesimpulan .....	108
5.2 Saran.....	110
5.2.1 Saran Praktis .....	110
5.2.2 Saran Akademis .....	111
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	112
<b>LAMPIRAN</b> .....	116



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA