

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
LEMBAR PERNYATAAN HASIL KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Fokus Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Manfaat Akademis	8
1.4.2 Manfaat Praktis	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	9
2.2 Komunikasi	20
2.3 Komunikasi Pemasaran	20
2.4 Strategi Komunikasi Pemasaran	25
2.5 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	27
2.5.1 Produk (<i>Product</i>)	28
2.5.2 Harga (<i>Price</i>)	28
2.5.3 Tempat (<i>Place</i>)	29
2.5.4 Promosi (<i>Promotion</i>)	29
2.5.5 Periklanan (<i>Advertising</i>)	29
2.5.6 Hubungan Masyarakat (<i>Public relation</i>)	30

2.5.7 Penjualan pribadi (<i>personal selling</i>)	31
2.5.8 Promosi penjual (<i>sales promotion</i>)	31
2.5.9 Pemasaran langsung (<i>direct marketing</i>).....	32
2.6 Personal Selling	32
2.7 Personal selling business to business (B2B)	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	38
3.1 Paradigma Penelitian	38
3.2 Metode Penelitian	39
3.3 Subyek Penelitian	40
3.4 lokasi penelitian.....	43
3.5 Teknik pengumpulan data	43
3.5.1 Data Primer	43
3.5.2 Data sekunder.....	43
3.6 Teknik analisis data	44
3.7 Teknik pemeriksaan keabsahan data	45
BAB IV HASIL PENELITIAN	46
4.1 Gambaran umum obyek Penelitian	46
4.1.1 Profil Perusahaan	47
4.1.2 Arti Logo perusahaan.....	47
4.1.3 Visi dan Misi perusahaan.....	48
4.1.4 Struktur perusahaan.....	48
4.2 Hasil Penelitian.....	49
4.2.1. Hasil Penelitian Tahapan Aktivitas Personal Selling Pada PT. Vonny Pratama.....	49
4.2.1.1. Mencari Calon Pelanggan dan menilai kualitasnya (<i>prospecting for customers</i>).....	50
4.2.1.2. Pendekatan Pendahuluan (<i>Pre-approach</i>).....	51
4.2.1.3. Pendekatan (<i>Approach</i>).....	53
4.2.1.4. Presentasi (<i>Presentation and Demonstration</i>).....	54
4.2.1.5. Menangani Keberatan (<i>Overcoming Objections</i>).....	56
4.2.1.6. Penutupan Penjualan (<i>Closing</i>).....	57
4.2.1.7. Tindak lanjut (<i>Follow-up</i>).....	60
4.2.2. Konfirmasi Terhadap Informan Terkait Pendekatan	

Personal Selling Pada PT. Vonny Pratama.....	63
4.2.2.1. Melakukan Pembelian Secara Teratur (<i>Makes Accross Request Purchase</i>).....	63
4.2.2.2. Merekomendasikan Kepada Orang Lain (<i>Refers Others</i>)..	64
4.2.2.3. Menunjukkan Kekebalan Daya Tarik Sejenis Dari Pesaing (<i>Demonstrate An Immunity To The Full For The Competition</i>).....	64
4.3 Pembahasan	65
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	73
5.1 Simpulan.....	73
5.2 Saran	74
5.2.1 Saran Akademis	74
5.2.2 Saran Praktis	75
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN	79



UNIVERSITAS
MERCU BUANA