

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
ABSTRACT .....	ii
LEMBAR PERNYATAAN .....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI .....	iv
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI .....	v
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I .....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Akademis .....	9
1.4.2 Manfaat Praktis .....	9
BAB II.....	10
TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Komunikasi Pemasaran .....	12
2.2 Bauran Promosi .....	14
2.2.1 Periklanan ( <i>Advertising</i> ).....	16
2.2.2 Promosi Penjualan ( <i>Sales Promotion</i> ) .....	16
2.2.3 Publisitas ( <i>Publicity</i> ) .....	17
2.2.4 Pemasaran Langsung ( <i>Direct Marketing</i> ) .....	17

2.2.5	Penjualan Tatap Muka ( <i>Personal selling</i> ).....	18
2.3	<i>Personal selling</i> (Penjualan Tatap Muka).....	18
2.3.1	Pengertian <i>Personal selling</i> .....	18
2.3.2	Tujuan <i>Personal selling</i> .....	19
2.3.3	Sifat-Sifat <i>Personal selling</i> .....	20
2.3.4	Jenis-Jenis <i>Personal selling</i> .....	21
2.3.5	Langkah-Langkah Proses <i>Personal selling</i> .....	22
2.4	Pemasaran <i>Business to Business</i> (B2B).....	24
2.5	<i>Personal selling</i> .....	25
2.5.1	Analisis SWOT .....	25
2.5.2	<i>Personal selling</i> .....	26
2.6	<i>Personal selling Business to Business</i> (B2B) .....	28
2.6.1	Faktor-Faktor Pengaruh <i>Personal selling</i> dalam Strategi Pemasaran Perusahaan .....	30
2.7	Kelebihan dan Kelemahan <i>Personal selling</i> .....	32
BAB III.....		34
METODOLOGI PENELITIAN.....		34
3.1	Paradigma.....	34
3.2	Tipe Penelitian.....	35
3.3	Metode Penelitian.....	37
3.4	Subyek Penelitian.....	38
3.5	Tehnik Pengumpulan Data .....	38
3.5.1	Data Primer .....	39
3.5.2	Data Sekunder .....	39
3.6	Tehnik Analisis Data .....	40
3.7	Tehnik Keabsahan Data.....	41
BAB IV .....		43
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....		43
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	43
4.1.1	Sejarah Perusahaan.....	43
4.1.2	Visi dan Misi Perusahaan.....	45
4.1.3	Struktur Perusahaan .....	46

4.2	Hasil Penelitian.....	47
4.2.1	<i>Personal selling</i> yang digunakan .....	48
4.2.2	Analisa Kondisi Persaingan Pasar.....	49
4.2.3	Analisis SWOT .....	52
4.2.4	Target Market.....	58
4.2.4	Evaluasi <i>Personal selling</i> .....	58
4.2.6	Langkah-Langkah Dalam Melakukan <i>Personal selling</i> .....	71
4.3	Pembahasan .....	74
4.3.1	Pembahasan Penelitian.....	74
4.3.1.1	Pembahasan Tahap Pelaksanaan <i>Personal selling</i> pada Business To Business 78	
4.3.1.2	Evaluasi <i>Personal selling</i> .....	81
BAB V.....		83
KESIMPULAN DAN SARAN.....		83
5.1	Kesimpulan.....	83
5.2	SARAN.....	84
5.2.1	Saran Praktis.....	84
5.2.2	Saran Akademis .....	85
DAFTAR PUSTAKA .....		86