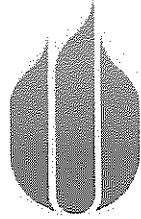


Yayasan Mendia Bhakti	
UNIVERSITAS MERCU BUANA/ Perpustakaan Pusat	
Sumber :	S
Tanggal :	9/11/14
No. Reg. :	1. TB140029
	2. TK/52/14/081



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**ANALISIS IMPLEMENTASI *PERSONAL SELLING* PADA
PEMBENTUKAN SIKAP WALI MURID MEMILIH SEKOLAH
(Studi Kasus Pada SMP Islam Terpadu Nururrahman Tahun Ajaran 2013/2014)**



TESIS

UNIVERSITAS
MERCU BUANA Oleh

Nama : T. Husain
NIM : 55209120023

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
JAKARTA
2014**



**ANALISIS IMPLEMENTASI *PERSONAL SELLING* PADA
PEMBENTUKAN SIKAP WALI MURID MEMILIH SEKOLAH
(Studi Kasus Pada SMP Islam Terpadu Nururrahman Tahun Ajaran 2013/2014)**



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Oleh

Nama : T. Husain
NIM : 55209120023

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
JAKARTA
2014**



UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

Name : T. Husain
NIM : 55209120023
Title : The Analysis of Implementation of *Personal Selling* on Attitude Formation Parents Student Choosing Schools (A Case Study at SMP Islam Terpadu Nururrahman Academic Year 2013/2014)

ABSTRACT

Marketing communication activities are needed to introduce, convince and remind the benefits of products / services to consumers. One of the activities of marketing communication is personal selling. One of the marketing communication activities that cannot be replaced with another promotional mix elements are personal selling.

This study aims to analyze the implementation of personal selling and look at alternatives other marketing communication on the formation of attitudes of parents in choosing a school.

The paradigm of this research is constructivism, with a qualitative method using a case study approach is a systematic study to investigate the phenomenon in the context of real life. Data was collected through observation, interview and documentation.

In marketing communication strategy, SMP IT Nururrahman make a marketing communication plan of the activity through promotional mix, which are the components that support each other in the formation of the attitude of parents choosing schools through advertising, public relations / publicity, direct marketing activity, which in turn is implemented using the stages of personal selling activities.

The results showed that personal selling as a marketing communication components that play a role in shaping the attitude of guardians to choose schools.

Keyword: *Personal Selling, Marketing Communication, Formation Attitude.*



UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

Nama : T. Husain
NIM : 55209120023
Judul : Analisis Implementasi *Personal Selling* pada Pembentukan Sikap Wali Murid Memilih Sekolah (Studi Kasus Pada SMP Islam Terpadu Nururrahman Tahun Ajaran 2013/2014)

ABSTRAK

Kegiatan komunikasi pemasaran sangat diperlukan untuk memperkenalkan, meyakinkan serta mengingatkan kembali manfaat produk atau jasa kepada para konsumen. Salah satu kegiatan komunikasi pemasaran yang tidak dapat digantikan dengan unsur promosi lainnya adalah *personal selling*.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi *personal selling* dan melihat alternatif-alternatif *marketing communication* lainnya pada pembentukan sikap wali murid dalam memilih sekolah.

Paradigma penelitian ini adalah konstuktivisme, dengan metode kualitatif menggunakan pendekatan studi kasus yang merupakan suatu penelitian sistematis yang menyelidiki fenomena di dalam konteks kehidupan nyata. Pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi.

Dalam melakukan strategi komunikasi pemasaran, SMP IT Nururrahman membuat *marketing communication plan* terhadap aktivitas bauran promosi, dimana merupakan komponen-komponen yang saling mendukung satu sama lain dalam pembentukan sikap wali murid memilih sekolah, yaitu melalui kegiatan *advertising, public relations / publicity, direct marketing*, yang pada akhirnya diimplementasikan menggunakan tahapan-tahapan dari kegiatan *personal selling*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *personal selling* sebagai salah satu komponen komunikasi pemasaran yang berperan dalam pembentukan sikap wali murid untuk memilih sekolah.

Keyword: *Personal Selling, Marketing Communication, Pembentukan Sikap.*



UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS

1. Nama : T. Husain
2. NIM : 55209120023
3. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
4. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
5. Konsentrasi : Corporate and Marketing Communication
6. Judul : Analisis Implementasi *Personal Selling* Pada Pembentukan Sikap Wali Murid Memilih Sekolah (Studi Kasus Pada SMP Islam Terpadu Nururrahman Tahun Ajaran 2013/2014)

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Jakarta, 16 Juli 2014

Pembimbing Utama



(Dr. Henni Gusfa, M.Si)

Pembimbing II



(Afdal Makkuraga MM, M.Si)

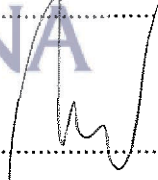


UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG

- | | | |
|-----------------------|---|---|
| 1. Judul | : | Analisis Implementasi <i>Personal Selling</i> Pada Pembentukan Sikap Wali Murid Memilih Sekolah (Studi Kasus Pada SMP Islam Terpadu Nururrahman Tahun Ajaran 2013/2014) |
| 2. Nama | : | T. Husain |
| 3. NIM | : | 55209120023 |
| 4. Jenjang Pendidikan | : | Strata Dua (S2) |
| 5. Program Studi | : | Magister Ilmu Komunikasi |
| 6. Konsentrasi | : | Corporate and Marketing Communication |
| 7. Tanggal | : | 16 Juli 2014 |

Jakarta, 16 Juli 2014
Mengetahui,

- | | | |
|---------------------------|-------------|--|
| 1. Ketua Sidang: | UNIVERSITAS |  |
| Dr. Nur Kholisoh, M.Si | (.....) | |
| 2. Penguji Ahli | MERCU BUANA |  |
| Dr. Inge Hutagalung, M.Si | (.....) | |
| 3. Pembimbing I | |  |
| Dr. Henni Gusfa, M.Si | (.....) | |
| 4. Pembimbing II | |  |
| Afdal Makkuraga MM, M.Si | (.....) | |



BUKU INI MILIK
UPT. PERPUSTAKAAN
Harap Dijaga Keutuhannya

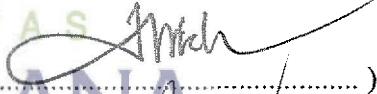
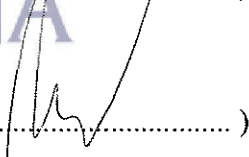
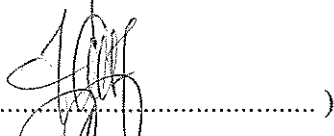
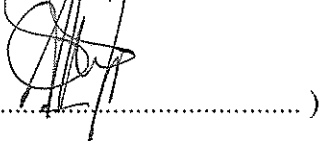


UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS

1. Judul : Analisis Implementasi *Personal Selling* Pada Pembentukan Sikap Wali Murid Memilih Sekolah (Studi Kasus Pada SMP Islam Terpadu Nururrahman Tahun Ajaran 2013/2014)
2. Nama : T. Husain
3. NIM : 55209120023
4. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
5. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
6. Konsentrasi : Corporate and Marketing Communication
7. Tanggal : 16 Juli 2014

Jakarta, 02 Agustus 2014
Mengetahui,

1. Ketua Sidang: 
Dr. Nur Kholisoh, M.Si (.....)
2. Penguji Ahli 
Dr. Inge Hutagalung, M.Si (.....)
3. Pembimbing I 
Dr. Henni Gusfa, M.Si (.....)
4. Pembimbing II 
Afdal Makkuraga, MM, M.Si (.....)



UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

1. Judul : Analisis Implementasi *Personal Selling* Pada Pembentukan Sikap Wali Murid Memilih Sekolah (Studi Kasus Pada SMP Islam Terpadu Nururrahman Tahun Ajaran 2013/2014)
2. Nama : T. Husain
3. NIM : 55209120023
4. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
5. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
6. Konsentrasi : Corporate and Marketing Communication
7. Tanggal : 02 Agustus 2014

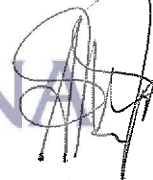
Jakarta, 02 Agustus 2014,
Disetujui dan Diterima oleh,

Pembimbing Utama



(Dr. Henni Gusfa, M.Si)

Pembimbing II



(Afdal Makkuraga MM, M.Si)

Direktur Program Pascasarjana



(Prof. Dr. Didik J. Rachbini)

Ketua Program Studi
Magister Ilmu Komunikasi



(Dr. Nur Kholisoh, M.Si)

PERNYATAAN

Judul : Analisis Implementasi *Personal Selling* Pada Pembentukan Sikap Wali Murid Memilih Sekolah (Studi Kasus Pada SMP Islam Terpadu Nururrahman Tahun Ajaran 2013/2014)

Nama : T. Husain
NIM : 55209120023
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Corporate and Marketing Communication
Tanggal : 16 Juli 2014

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan dibimbing oleh Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Direktur Pascasarjana Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahan yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 16 Juli 2014



T. Husain

KATA PENGANTAR

Dengan segenap kerendahan hati, saya bersyukur atas Kehadirat Allah SWT karena tanpa rahmat dan karunia-Nya, saya tidak mungkin dapat menyelesaikan tesis yang berjudul “**Analisis Implementasi *Personal Selling* Pada Pembentukan Sikap Wali Murid Memilih Sekolah (Studi Kasus Pada SMP Islam Terpadu Nururrahman Tahun Ajaran 2013 / 2014)**” dengan baik.

Dalam penulisan tesis ini, saya banyak menerima bantuan baik berupa bimbingan, sumbangan pemikiran dan nasehat yang berharga dari berbagai pihak yang telah membantu dalam penyusunan dan penyelesaian tesis ini. Oleh karena itu, saya ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. Henni Gusfa, M.Si dan Afdal Makkuraga MM, M.Si selaku Dosen Pembimbing Utama dan Pembimbing II yang telah banyak memberikan konsep berpikir untuk penulisan dan penelitian serta memberikan bimbingan, dukungan, dan masukan yang sangat membantu sejak usulan penelitian hingga penulisan tesis ini.
2. Prof. Dr. Didik J. Rachbini, selaku Direktur Program Pascasarjana.
3. Dr. Inge Hutagalung, M.Si, selaku Penguji Ahli.
4. Dr. Nur Kholisoh, M.Si, selaku Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi.
5. Segenap Bapak/Ibu Dosen Program Studi Magister Ilmu Komunikasi yang telah berjasa dalam mentransfer pengetahuan dan wawasan selama masa kuliah.
6. Kepada Abah, Ibuk, dan Keluarga yang selalu memberikan dukungan, semangat dan do’a yang senantiasa menyertai.
7. Kepada Istri Tercinta Fadylah.
8. Kepada Yayasan Bina Ummat Sejahtera Semesta (YBUSS), Perguruan Unggul Nururrahman, khususnya Dewan Pengurus, Direktur Eksekutif dan Kepala Bagian Umum YBUSS yang selalu mendukung dalam penyusunan tesis ini.
9. Ahmad Basyari M.Pd.I, selaku Kepala SMP IT Nururrahman.

10. H. Achmad Faozan, Lc, selaku PKS Bidang Kesiswaan SMP IT Nururrahman.
11. Ferry Yuniati, S.Pd, selaku PKS Bidang Kurikulum SMP IT Nururrahman.
12. Pihak-pihak yang telah banyak membantu saya dalam proses penyusunan tesis ini hingga dapat selesai yang namanya tidak dapat disebutkan satu per satu.

Saya menyadari sepenuhnya bahwa isi dari tesis ini masih banyak kekurangan serta kelemahan baik dari segi teknik penyusunan maupun pembahasan materi. Oleh karena itu, saran dan kritik yang bersifat membangun sangat diharapkan untuk memperbaiki kekurangan tersebut dan menyempurnakan pada penelitian selanjutnya.

Akhir kata, saya berharap penulisan ini dapat bermanfaat bagi kalangan akademik maupun kalangan praktisi.

Jakarta, Juli 2014

Penulis

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
T. Husain

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
ABSTRACT.....	ii
ABSTRAK.....	iii
PENGESAHAN-PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR GRAFIK	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Fokus Penelitian	7
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian	
1.4.1. Manfaat Teoritis	8
1.4.2. Manfaat Akademis.....	9
 BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	
2.1 Kajian Peneliti Terdahulu	10
2.2 Kajian Teoritis :	
2.2.1. Strategi Komunikasi Pemasaran	
2.2.1.1. Strategi.....	17
2.2.1.2. Proses Komunikasi	19
2.2.1.3. Konsep Pemasaran.....	22
2.2.1.4. Komunikasi Pemasaran.....	26
a. Advertising	29
b. Public Relations / Publicity.....	34
c. Direct Marketing	37
2.2.2. Personal Selling	
2.2.2.1. Pengertian Personal Selling	42
2.2.2.2. Karakteristik Personal Selling	43
2.2.2.3. Fungsi Personal Selling	45
2.2.2.4. Tahapan dari Personal Selling	46
2.2.3. Sikap	
2.2.3.1. Pengertian Sikap.....	49

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Daftar Sekolah di Kota Depok..... http://depok.siap.web.id/data-sekolah/data-daftar/	3
Tabel 1.2	<i>Trend</i> Penerimaan Siswa Baru (PSB) SMP IT Nururrahman	7
Tabel 2.1	Matriks Perbandingan antara Hasil Penelitian Terdahulu	15
Tabel 2.2	Karakteristik Media.....	32
Tabel 3.1	Jadwal Penelitian.....	58
Tabel 4.1	Penentuan KKM tiap mata pelajaran	80
Tabel 4.2	<i>Trend</i> Penerimaan Siswa Baru (PSB) Tahun Ajaran 2013/2014....	81
Tabel 4.3	Identifikasi Potensi SMP IT Nururrahman.....	85
Tabel 4.4	Program pengajaran di SMP IT Nururrahman.....	86
Tabel 4.5	Program pengajaran PAI di SMP IT Nururrahman	87
Tabel 4.6	Program unggulan Tahfidz 4 Juz	87
Tabel 4.7	Segmentasi Demografi Calon Wali Murid.....	100
Tabel 4.8	Segmentasi Psikografis Calon Wali Murid	102
Tabel 4.9	Program Biaya Pendidikan SMP IT Nururrahman Tahun 2013 – 2014.....	109
Tabel 4.10	Perkembangan Jumlah Pendaftar dan Siswa yang Diterima Tahun 2013 – 2014.....	122
Tabel 4.11	Lokasi Tujuan Kunjungan / Presentasi SMP IT Nururrahman.....	144

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	<i>The Basic Model of Communication</i>	20
Gambar 2.2	7 'P's Marketing MIX	23
Gambar 2.3	<i>Principles of Marketing an Asian Perspective</i>	38
Gambar 2.4	Proses <i>Personal Selling</i>	46
Gambar 2.5	Proses Terbentuknya Sikap dan Perilaku Terbuka	50
Gambar 2.6	Kerangka Penelitian.....	57
Gambar 3.1	Model Analisis Interaktif Miles and Hubberman.....	67
Gambar 4.1	Bagan Struktur Organisasi	72
Gambar 4.2	Skema Alur PSB SMP IT Nururrahman.....	74
Gambar 4.3	<i>General Marketing Communication Plan</i> SMP IT Nururrahman 2014	79
Gambar 4.4	<i>Classification of Four General Targetting Characteristics</i>	100
Gambar 4.5	Persentase Domisili Calon Wali Murid	101
Gambar 4.6	<i>Big Banner</i> SMP IT Nururrahman.....	111
Gambar 4.7	Dokumentasi kegiatan kunjungan ke Istana Yatim Riyadhul Jannah, Beji Timur – Depok	114
Gambar 4.8	Dokumentasi kegiatan <i>Market Day</i> SMP IT Nururrahman Tahun 2014.....	116
Gambar 4.9	Dokumentasi kegiatan Gerakan Pramuka se-Kecamatan Pancoran Mas – Depok, 2011	117
Gambar 4.10	Loket Pendaftaran pada Kegiatan PSB SMP IT Nururrahman Tahun 2013/2014.....	120
Gambar 4.11	Proses Pencarian Informasi Berlangsung selama 1 (Satu) Tahun Ajaran 2013/2014	128
Gambar 4.12	<i>The Promotional-Mix</i>	132
Gambar 4.13	<i>Promotional-Mix</i> SMP IT Nururrahman	142

DAFTAR GRAFIK

Grafik 4.1	Kategori berdasarkan Asal Sekolah Dasar 5 (Lima) Perolehan Terbanyak	101
Grafik 4.2	<i>Positioning Map</i> SMP IT Nururrahman dengan SMP Lainnya di Wilayah Pancoran Mas – Depok	106



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Hasil Transkrip Wawancara	L1
Lampiran 2	Daftar Peringkat Ujian Nasional Sub Rayon 03 Tahun 2013.....	L2
Lampiran 3	Ketentuan Keuangan yang Berlaku di SMP IT Nururrahman.....	L3
Lampiran 4	Brosur Penerimaan Siswa Baru (PSB) Tahun Ajaran 2014/2015 ..	
Lampiran 5	Format Sertifikat Tahfidz Al Qur'an.....	

