

DAFTAR ISI

SAMPUL DALAM.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Sejarah Perusahaan.....	1
1.1.2 Profil Perusahaan	2
1.1.3 Visi dan Misi Perusahaan.....	2
1.1.4 Struktrur Organisasi	3
1.2 . Latar Belakang.....	3
1.3 Perumusan Masalah.....	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Kegunaan Penelitian.....	8
1.6 Sistematika Penelitian Laporan Tugas Akhir	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Rangkuman Teori.....	10
2.1.1 Pemasaran	10
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	11
2.1.3 Bauran Promosi.....	11
2.1.4 <i>Personal Selling</i>	13
2.1.5 Prinsip – Prinsip Dasar <i>Personal Selling</i>	14
2.1.6 Proses <i>Personal Selling</i>	15
2.1.7 Kriteria Tenaga <i>Personal Selling</i>	19

2.1.8 Manajemen Tenaga Penjualan	19
2.2 Referensi Penelitian Terdahulu.....	20
BAB III METODE PENELITIAN	22
3.1 Jenis Penelitian.....	22
3.2 Operasional Variabel.....	23
3.3 Tahapan Penelitian	24
3.4 Situasi Sosial dan Sampel	24
3.4.1 Situasi Sosial	24
3.4.2 Sampel.....	25
3.5 Pengumpulan data	26
3.5.1 Sumber Data.....	26
3.5.2 Jenis – Jenis Data	27
3.5.3 Teknik Pengumpulan Data	27
3.6 Teknik Analisis Data.....	28
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	29
4.1 Hasil Penelitian.....	29
4.1.1 Karakteristik Informan	29
4.2 Pembahasan.....	30
4.2.1 Pelaksanaan <i>Personal Selling</i>	30
4.2.2 Hambatan dan Cara Mengatasi Pelaksanaan <i>Personal Selling</i>	43
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	45
5.1 Kesimpulan.....	45
5.2 Saran.....	46