

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
DAFTAR ISI.....	2
DAFTAR TABEL.....	5
DAFTAR GAMBAR.....	6
DAFTAR LAMPIRAN.....	7
BAB I.....	8
PENDAHULUAN.....	8
1.1 Latar Belakang.....	8
1.2 Fokus Penelitian.....	11
1.3 Rumusan Masalah.....	11
1.4 Tujuan Penelitian.....	11
1.5 Manfaat Penelitian.....	11
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	11
1.5.2 Manfaat Praktis.....	11
1.6 Waktu dan Periode Penelitian.....	12
BAB II.....	13
TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Landasan Teori.....	13
2.1.1 Komunikasi.....	13
2.1.2 Strategi <i>Personal Selling</i>	13
2.1.3 Komunikasi Pemasaran.....	14
2.1.4 <i>Personal Selling</i>	17
2.1.5 Tujuan <i>Personal Selling</i>	17
2.1.6 Kriteria <i>Personal Selling</i>	18
2.1.7 Proses <i>Personal Selling</i>	18
2.1.8 Prinsip-prinsip <i>Personal Selling</i>	20

2.1.9	Manfaat <i>Personal Selling</i>	21
2.1.10	Pemilihan Mobil Bekas.....	21
2.2	Penelitian Terdahulu	22
2.3	Kerangka Pemikiran.....	32
BAB III	33
METODE PENELITIAN	33
3.1	Paradigma Penelitian.....	33
3.2	Metode Penelitian	33
3.3	Pendekatan Penelitian	35
3.4	Objek dan Subjek Penelitian	35
3.4.1	Objek Penelitian.....	35
3.4.2	Subjek Penelitian.....	36
3.5	Unit Analisis Penelitian	36
3.6	Informan.....	36
3.7	Kriteria Informan	39
3.8	Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.8.1	Observasi.....	41
3.8.1	Dokumentasi	41
3.8.2	Wawancara.....	41
3.9	Teknik Keabsahan Data	42
3.9.1	Triangulasi Teknik	42
3.10	Teknik Analisis Data.....	42
BAB IV	44
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
4.1	Gambaran Umum.....	44
4.1.1	Sejarah <i>Showroom SJ Cars</i>	44
4.1.2	Informasi Informan	44
4.2	Penemuan Penelitian	45
4.2.1	Perencanaan	47
4.2.2	Pelaksanaan.....	50
4.2.3	Evaluasi.....	62
4.3	Pembahasan.....	64
4.3.1	Perencanaan	65
4.3.2	Pelaksanaan.....	65
4.3.3	Evaluasi.....	71
BAB V	73
5.1	Kesimpulan	73

5.2	Saran.....	73
5.2.1	Saran Teoritis	73
5.2.2	Saran Praktis	73
DAFTAR PUSTAKA.....		75
LAMPIRAN.....		78