

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
ABSTRAKSI	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Gambaran Umum Penelitian	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.1.2 Visi Dan Misi	2
1.1.3 Bidang Usaha	2
1.1.4 Produk Indhome	3
1.1.5 Struktur Organisasi	5
1.2 Latar Belakang	5
1.3 Rumusan Masalah	8
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Manfaat Penelitian	9
1.6 Sistematika Penulisan	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Tinjauan Teori	11
2.1.1 Manajemen Pemasaran	11
2.1.2 Bauran Pemasaran	11
2.1.3 Bauran Promosi	12
2.2 <i>Personal selling</i>	14
2.2.1 Strategi <i>Personal selling</i>	14
2.2.2 Prinsip-Prinsip Dasar <i>Personal selling</i>	16
2.2.3 Karakteristik <i>Personal selling</i>	17

2.2.4 Fungsi <i>Personal selling</i>	18
2.2.5 Langkah-Langkah <i>Personal selling</i>	18
2.2.6 Kriteria Tenaga <i>Personal selling</i>	22
2.2.7 Keunggulan Dan Kelemahan <i>Personal selling</i>	22
2.2.8 Efektivitas <i>Personal selling</i>	23
BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1 Metode Penelitian	27
3.2 Jenis Penelitian	28
3.3 Objek Penelitian	28
3.4 Tahapan Penelitian	29
3.5 Instrumen Penelitian	30
3.6 Populasi Dan Sempel	31
3.7 Jenis Data	32
3.8 Teknik Pengumpulan Data	33
3.9 Teknik Analisis Data	36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	39
4.1 Deskripsi Hasil Penelitian	39
4.2 Karakteristik Informan	39
4.3 Hasil Deskripsi Wawancara	40
4.3.1 Pelaksanaan Kegiatan <i>Personal selling</i>	40
4.3.2 Keefektifan Dalam Kegiatan <i>Personal selling</i>	50
4.3.3 Hambatan Kegiatan <i>Personal selling</i>	53
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	58
5.1 Simpulan	58
5.2 Saran	59
Daftar Pustaka	61
Lampiran	63