

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL DALAM	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PERNYATAAN DEWAN PENGUJI	iii
HALAMAN PERNYATAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
LAMPIRAN	
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Batasan Masalah	5
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian	6
1.5.1 Manfaat Teoritis	6
1.5.2 Manfaat Praktis	6
1.6 Sistematika Penulisan	6
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Konsep	8
2.1.1 Komunikasi	8
2.1.2 Definisi Pemasaran	16
2.1.3 Pengertian <i>Personal Selling</i>	21
2.2 Studi Penelitian Terdahulu	31
2.3 Kerangka Pemikiran	40

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma penelitian.....	41
3.2 Metode Penelitian	42
3.3 Waktu dan Lokasi Penelitian	43
3.4 Teknik Pemilihan Informan	43
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.6 Teknik Analisis Data.....	48
3.7 Teknik Keabsahan Data	50

BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Subjek atau Objek Penelitian	52
4.1.1 Profil atau sejarah Perusahaan XYZ.....	52
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan XYZ Properti.....	54
4.1.3 Struktur Organisasi	55
4.1.4 Properti Perusahaan XYZ	55
4.1.5 Subjek Penelitian	56
4.2 Hasil Penelitian	58
4.2.1 Hasil Observasi	58
4.2.2 Hasil Wawancara	65
4.2.3 Hasil Dokumen	97
4.3 Pembahasan.....	105
4.3.1 Analisis Peran <i>Personal Selling</i>	105
4.3.2 Analisis Kompetensi <i>Personal Selling</i>	113
4.3.3 Analisis Karakteristik <i>Personal Selling</i>	117
4.3.4 Analisis Komunikasi Efektif.....	118

BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan	123
5.2 Saran	125
5.2.1 Saran Akademis	125
5.2.2 Saran Praktis	125

DAFTAR PUSTAKA	126
RIWAYAT HIDUP.....	128
LAMPIRAN PERTANYAAN :.....	1
CONTOH PROPERTI dan INVITATION	3
TRANSKRIP WAWANCARA INFOMAN KUNCI.....	6
TRANSKRIP WAWANCARA INFORMAN PENDUKUNG.....	15

