

DAFTAR PUSTAKA

Asiyah, Siti, 2018, IMPLEMENTASI KOMUNIKASI VERBAL DAN NONVERBAL DALAM KEGIATAN PUBLIC SPEAKING SANTRI DI PONDOK PESANTREN DARUL FALAH AMTSILATI PUTRI BANGSRI JEPARA, PROGRAM MAGISTER KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM (KPI) PASCASARJANA, UIN WALISONGO SEMARANG

Effendy Alvin Yeremia dan Kunto Yohanes Sondang: 2013: *Pengaruh Customer Value Proposition Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Consumer Pack Premium Baru Bogasari* Jurusan Manajemen Pemasaran, Universitas Kristen Petra: Surabaya

Fizadhani, Miko. 2016. Sukses presentasi ala tokoh-tokoh hebat dunia .Cetakan 1.yogyakarta: Laksana

Gunawan, Imam, 2017. Metode Penelitian Kualitatif http://fip.um.ac.id/wp-content/uploads/2015/12/3_Metpen-Kualitatif.pdf Universitas Negeri Malang

Idaman, P. 2016. <http://eprints.polsri.ac.id/3007/3/3.%20BAB%20II.pdf>

Johar, Diah Syafita, Srikandi Kumadji, M.Kholid Mawardi, 2015 PENGARUH AIDA (ATTENTION, INTEREST, DESIRE, ACTION) TERHADAP EFEKTIFITAS IKLAN ONLINE <https://media.neliti.com/media/publications/86248-ID-pengaruh-aida-attention-interest-desire.pdf> Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang

Kemala, Ayu. 2014. AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) <https://ayukemala.wordpress.com/2012/12/14/aida-attention-interest-desire-action/>

Priansa., Donni Juni. 2017. Komunikasi pemasaran terpadu CV PUSTAKA SETIA :Bandung

Septemuryantoro, Syaiful Ade, Cindy Citya Dima; Program Studi Manajemen Perhotelan, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Dian Nuswantoro (MICE) [file:///D:/Downloads/6013-Article%20Text-4188-1-10-20180812%20\(2\).pdf](file:///D:/Downloads/6013-Article%20Text-4188-1-10-20180812%20(2).pdf)

<http://repository.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/61920/Chapter%20II.pdf;jsessionid=07CF3D73A2EE009F1E8616B89B7E1ED3?sequence=4>

<https://www.eastjava.com/tourism/surabaya/ina/about.html>

Simpenti, Rindi, Endratno Budi Santosa, Ida Soewarni; 2015 PENGEMBANGAN KOTA MALANG MENJADI KOTA MICE <http://eprints.itn.ac.id/2824/1/705-61-1173-1-10-20170710.pdf> ITN Malang

Shofian 2014, Efektivitas Metode Attention, Interest, Desire, Action (AIDA) Dalam Advertising

Sudaryono, 2016. Manajemen pemasaran teori & implementasi , Edisi :

1. *yogyakarta: Andi*

Kotler, Philip dan Kevin Keller. 2016. Manajemen Pemasaran. Jilid 2. Edisi 2. Jakarta: Erlangga
Kotler, Philip dan Kevin Keller. 2016. Marketing Management. 15th Edition. London : Pearson Education Inc.

Jurnal: Handayani, Deasy; Setiawati, 2016 Sri Public speaking

Kholidah, Nur 2015 MICE

Nama narasumber: poppy ratulangi

Jabatan: sales event

Pukul wawancara: 08.00 pagi

Tempat: La Lisa Hotel

LAMPIRAN DATA WAWANACARA

1. Apakah bahan presentasi yang dipersiapkan untuk dilakukannya sales call?
 - Sales kit, program penawaran meeting room
2. Bagaimanakah penampilan sales yang dipersiapkan saat melakukan presentasi (sales call)?
 - Memakai baju/ seragam perusahaan dengan kondisi rapi, tidak kusut, bersih, wangi sesuai standart perusahaan, make up tidak berlebihan tapi tidak terlalu pucat, rambut rapi (disanggul kalau rambut panjang, kalau rambut pendek harus ditata rapi) tidak pakai perhiasan berlebihan, pakai parfum secukupnya
3. Siapakah target yang menjadi sasaran dari *product knowledge* yang ditawarkan?
 - Perusahaan besar, government
4. Bagaimanakah menurut sales La Lisa Hotel teknik presentasi yang baik saat melakukan sales call?
 - Memperkenalkan diri dan company profile dan mengobrol untuk mencari tahu apakah ada potensi bisnis untuk hotel misalnya meeting, arisan, reuni dll
5. Kendala apa yang pernah terjadi saat dilakukannya sales call untuk menawarkan MICE?
 - Meeting room terlalu kecil, fully booked, dan jumlah meeting room kurang

6. Apa saja fasilitas MICE yang didapatkan dari La Lisa Hotel?
 - 1 Lcd screen dan proyektor, note pad, pensil, standart sound system, 2 wireless mic, 330ml bottle of mineral water, 1 flipchart

7. Bagaimanakah komunikasi yang baik yang dilakukan sales La Lisa Hotel?
 - semua update event dimasukkan di daily report dan di event list per bulan, briefing sebelum dan setelah bekerja

8. Bagaimana cara menarik perhatian (interest) yang baik pada calon konsumen ?
 - tidak memaksa, *friendly*, berpenampilan menarik, *product knowledge* yang bagus.