

DAFTAR ISI

HALAMAN SCAN KTM.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN ORISINALITAS.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR GRAFIK.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat	5
1.4.1. Manfaat Bagi Peneliti.....	5
1.4.2. Manfaat Bagi Almamater	5
1.4.1. Manfaat Bagi Perusahaan.....	5
1.4.1. Manfaat Bagi Pembaca.....	5
1.5. Rencana Kegiatan Tugas Akhir	5
1.6. Jadwal Penelitian.....	6
BAB II PROFIL PERUSAHAAN	7
2.1. Visi dan Misi Perusahaan.....	7
2.2. Bidang Usaha Perusahaan	7

2.3. Struktur Perusahaan	10
2.4. Produk Rumah.....	11
BAB III PEMBAHASAN.....	14
3.1. Landasan Teori.....	14
3.1.1. Manejemen Pemasaran.....	14
3.1.2. Bauran Pemasaran	14
3.1.3. Penjualan	15
3.1.4. Bauran Komunikasi Pemasaran	15
3.1.5. Penjualan Pribadi.....	16
3.1.6. Model AIDA	18
3.1.7. Kepercayaan Konsumen.....	19
3.1.8. Komunikasi Pemasaran	20
3.1.9. Paralinguistik.....	20
3.2. Metode Penelitian	22
3.2.1. Jenis Penelitian	22
3.2.2. Sumber Data.....	22
3.2.3. Teknik Pengumpulan Data	22
3.3. Pembahasan Penerapan Strategi.....	22
3.3.1. Mencari Konsumen dan Melakukan Kualifikasi.....	23
3.3.2. Pendekatan Pendahuluan.....	24
3.3.3. Presentasi dan Peragaan	25
3.3.4. Mengatasi Keberatan.....	26
3.3.5. Penutupan Penjualan	27
3.3.6. Tindak Lanjut dan Pemeliharaan.....	28

3.4. Pembahasan Penerapan Paralinguistik	29
3.4.1. Intonasi	29
3.4.2. Tempo Bicara	30
3.4.3. Gaya Bahasa/Dialek	30
3.4.4. Ekspresi Wajah.....	31
3.5. Analisis Penerapan Strategi dan Paralinguistik.....	31
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	33
4.1. Kesimpulan	33
4.2. Saran.....	34
DAFTAR PUSTAKA	35
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Visi dan Misi Perusahaan.....	7
Gambar 2.2	Struktur Perusahaan	10
Gambar 2.3	Produk Rumah.....	11

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1	Latar Belakang.....	3
------------	---------------------	---

DAFTAR TABEL

Tabel 1.6 Jadwal Penelitian 6