

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
DAFTAR TABEL	ii
DAFTAR GAMBAR	iii
DAFTAR LAMPIRAN	iv
I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan	12
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	12
II. LANDASAN TEORI	
2.1 Arti dan Pentingnya Pemasaran	13
2.2 Bauran Pemasaran	14
2.3 Arti Pentingnya Penjualan Perseorangan	18
2.4 Proses Penjualan Perseorangan	19
2.5 Strategi Penjualan Perseorangan	20
2.6 Pemberian Kompensasi Kepada Tenaga Penjual	22

2.7 Struktur Tenaga Penjual	23
2.8 Penarikan dan Pelatihan Tenaga Penjual	24

III.METODOLOGI PENULISAN

3.1 Jenis Data	26
3.2 Sumber Data	26
3.3 Metode Pengumpulan Data	27
3.4 Tempat dan Waktu Penelitian	27
3.5 Sejarah Singkat Berdirinya Perusahaan	28
3.6 Visi dan Misi PT Tunas Dwipa Matra	30
3.7 Bidang Usaha Perusahaan Secara Garis Besar	30
3.8 Struktur Organisasi Pada PT Tunas Dwipa Matra	31
3.9 Pengertian Organisasi	32
3.9.1 Tugas, Wewenang, dan Tanggung Jawab PT Tunas Dwipa Matra	33
3.9.2 Deskripsi Jabatan	33

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian	37
4.2 Persiapan	40
4.3 Pembukaan	40
4.4 Presentasi	41
4.5 Mengatasi Keberatan atau Keluhan Pelanggan	42
4.6 Menutup Pembicaraan	43

V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	50
5.2 Saran	51

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN