**DAFTAR ISI**

Halaman Judul

Lembar Pengesahan

Absrak………………………………………………………………………………………….i

*Absctract*………………………………………………………………………………………ii

Kata Pengantar………………………………………………………………………………..iii

Daftar Isi……………………………………………………………………………………….v

Daftar Tabel….……………………………………………………………………………...viii

Daftar Gambar………………………………………………………………………………...ix

Daftar Lampiran………………………………………………………………………….........x

**BAB I PENDAHULUAN**

1. Latar Belakang Masalah………………………………..……………….......................1
2. Rumusan Masalah…………………………………………………………………......6
3. Identifikasi Masalah.…………………………………………………………………..7
4. Tujuan Penelitian………….…………………………………………………………..7
5. Manfaat Penelitian…………………………………………………………………….8

**BAB II KAJIAN PUSTAKA**

1. Landasan Teoritis……………………………………………………………...............9
2. Komunikasi Pemasaran……………………………………………………………9
3. Pengertian Komunikasi Pemasaran……………………………………………9
4. Bauran Komunikasi Pemasaran….…………………………………………….9
5. *Personal Selling*………………………………………………………………….11
6. Pengertian *Personal Selling*………………………………………………….11
7. Tujuan Perusahaan Menerapkan *Personal Selling*…………………………..12
8. Proses *Personal Selling*………………………………………………………13
9. *Salesperson…………………………...*……………………………………………..16
10. Pengertian *Salesperson*………………………………………………………16
11. Kriteria *Salesperson*………………………………………………………….16
12. Fungsi *Salesperson*…………………………………………………………...17
13. Produk Industri…………………………………………………………………...20
14. Pengertian Produk Industri…………………………………………………...20
15. Klasifikasi Produk Industri…………………………………………………...20
16. Penelitian Terdahulu……..………………………………..…………………………21
17. Kerangka Pemikiran..………………………………………………………………...28

**BAB III METODE PENELITIAN**

1. Subjek Penelitian…………….…………………………………………………….....29
2. Desain Penelitian………………………………………………………………….….29
3. Jenis Data…………………………………………………………………………….30
4. Teknik Pengumpulan Data.…………………………………………………………..31
5. Teknik Analisis Data.………………………………………………………………...32

**BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

1. Gambaran Umum PT. Rumah Bio Indonesia………………………………………..36
2. Analisis……………………………………………………………………………….46
3. Pembagian *Salesperson* pada PT. Rumah Bio Indonesia………………………...46
4. Proses *Personal Selling* yang dilakukan oleh para *Salesperson* PT. Rumah Bio Indonesia…………………………………………………………………………47
5. Fungsi *Salesperson* pada PT. Rumah Bio Indonesia………………………….….52
6. Menciptakan Pembeli Baru…………………………………………………..52
7. Menjual lebih Banyak kepada Pembeli Saat Ini……………………………..54
8. Menyediakan Informasi Pasar kepada Perusahaan…………………………..60
9. Hasil Penelitian dan Pembahasan…………………………………………………….64

**BAB V PENUTUP**

1. Simpulan…………………………………………………………………...................67
2. Saran………………………………………………………………………………….68

DAFTAR PUSTAKA……………………………………………………………………......69

LAMPIRAN………………………………………………………………………………….71