

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	IV
DAFTAR ISI.....	VI
DAFTAR GAMBAR .....	VII
DAFTAR TABEL.....	VIII
INTISARI.....	IX
ABSTRACT.....	X
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penulisan.....	4
1.4 Manfaat Penulisan.....	4
BAB II.....	5
GAMBARAN UMUM PENULISAN .....	5
2.1 Kondisi Umum PT Telekomunikasi Seluler .....	5
2.2 Visi dan Misi PT Telekomunikasi Seluler .....	8
2.3 Tinjauan Pustaka .....	8
2.4 Metodologi Penelitian .....	19
BAB III .....	29
ANALISI DAN PEMBAHASAN .....	29
3.1 Analisis Personal Selling.....	29
3.2 Pembahasan Personal Selling.....	32
BAB IV .....	53
KESIMPULAN DAN SARAN.....	53
4.1 KESIMPULAN .....	53
4.2 SARAN .....	54
DAFTAR PUSTAKA .....	55
LAMPIRAN.....	57

## DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 3.1	BOOTH TELKOMSEL DI PLAZA AMBARUKMO .....	33
GAMBAR 3.2	FLAYER YANG AKAN DISEBAR OLEH SALES .....	34
GAMBAR 3.3	GRAPARI DI JOGJA CITY MALL .....	35
GAMBAR 3.4	SALES SAAT MENCARI DAN MENGKUALIFIKASIKAN PELANGGAN .....	35
GAMBAR 3.5	SALES SAAT MENGGUNAKAN SERAGAM TELKOMSEL DAN ID CARD.....	38
GAMBAR 3.6	BOOTH T-CASH DI RUMAH MAKAN LESEHAN ALDAN .....	39
GAMBAR 3.7	TENAGA PENJUAL SAAT BERKOMUNIKASI DENGAN PELANGGAN BARU .....	42
GAMBAR 3.8	TENAGA PENJUAL SEDANG MEMPRESENTASIKAN PRODUK TELKOMSEL .....	43
GAMBAR 3.9	TENAGA PENJUAL SAAT MEMPERAGAKAN CARA MENGGANTI KARTU 4G ...	44
GAMBAR 3.10	CUSTOMER SERVICE SAAT MENANGANI KEBERATAN PELANGGAN .....	47
GAMBAR 3.11	TENAGA PENJUAL SAAT MELAKUKAN DEAL DENGAN PELANGGAN .....	50

## DAFTAR TABEL

TABEL 2.1	VARIABEL , DIMENSI DAN INDIKATOR PENGUKURAN <i>PERSONAL SELLING</i> .....	25
TABEL 4.1	KISI-KISI WAWANCARA .....	57