DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PENGESAHAN..... i

LEMBAR PERNYATAAN..... ii

ABSTRAK..... iii

ABSTRACT..... iv

KATA PENGANTAR..... v

DAFTAR ISI..... x

DAFTAR TABEL..... xvi

DAFTAR GAMBAR..... xvii

DAFTAR LAMPIRAN..... xix

BAB I PENDAHULUAN..... 1

1.1 Latar Belakang Masalah..... 1

1.2 Rumusan Masalah..... 14

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian..... 15

1.4 Kegunaan Penelitian..... 16

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN..... 18

2.1 Tinjauan Pustaka..... 18

2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu..... 18

2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi..... 20

2.1.2.1 Definisi Komunikasi..... 20
2.1.2.2 Tujuan Komunikasi..... 22
2.1.2.3 Fungsi Komunikasi..... 22
2.1.2.4 Karakteristik Komunikasi..... 23
2.1.2.5 Unsur – Unsur Komunikasi..... 24
2.1.2.6 Proses Komunikasi..... 25
2.1.2.7 Konteks Komunikasi..... 29
2.1.3 Tinjuan Komunikasi Organisasi..... 30
2.1.3.1 Pengertian Komunikasi Organisasi..... 30
2.1.3.2 Sifat Komunikasi Organisasi..... 31
2.1.3.3 Ciri-Ciri Pentingnya Pengorganisasian..... 31
2.1.3.4 Proses Pengorganisasian..... 32
2.1.4 Tinjauan Tentang Komunikasi Interpersonal..... 32
2.1.4.1 Pengertian Komunikasi Interpersonal..... 32
2.1.4.2 Jenis-jenis Komunikasi Interpersonal..... 34
2.1.4.3 Peranan Komunikasi Interpersonal..... 34
2.1.4.4 Indikator Komunikasi Interpersonal..... 35
2.1.5 Tinjauan Tentang Komunikasi Pemasaran..... 36
2.1.5.1 Sejarah Komunikasi Pemasaran..... 36
2.1.5.2 Tujuan Komunikasi Pemasaran..... 37
2.1.5.3 Bauran Pemasaran..... 39
2.1.5.4 Bauran Promosi..... 40

2.1.6 Tinjauan Tentang *Personal Selling*..... 41

2.1.6.1 Pengertian *Personal Selling*..... 41

2.1.6.2 Bentuk-Bentuk *Personal Selling*..... 42

2.1.6.3 Proses *Personal Selling*..... 42

2.1.6.4 Tujuan *Personal Selling*..... 43

2.1.6.5 Sifat-Sifat *Personal Selling*..... 44

2.1.7 Tinjauan Tentang Pariwisata..... 44

2.1.7.1 Pengertian Pariwisata..... 44

2.1.8 Tinjauan Tentang Wisatawan..... 45

2.1.8.1 Wisatawan..... 45

2.1.8.2 Sifat -Sifat Wisatawan..... 46

2.1.9 Tinjauan Jasa..... 47

2.1.9.1 Definisi Jasa..... 47

2.1.9.2 Perbedaan Jasa dan Barang..... 47

2.2 Kerangka Pemikiran..... 48

2.2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis..... 48

2.2.2 Kerangka Pemikiran Konseptual..... 51

BAB III METODE PENELITIAN..... 54

3.1 Desain Penelitian..... 54

3.2 Penentuan Informan Penelitian..... 56

3.3 Teknik Pengumpulan Data..... 59

3.3.1 Studi Pustaka..... 59

3.3.2 Studi Lapangan..... 60

3.4 Uji Keabsahan Data..... 63

3.5 Teknik Analisa Data..... 65

3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian..... 68

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... 71

4.1 Hasil Penelitian..... 71

4.1.1 Objek Penelitian..... 74

4.1.1.1 Sejarah Desa Ciater..... 74

4.1.1.2 Sejarah Ciater Spa Resort..... 75

4.1.1.3 Visi dan Misi Ciater Spa Resort..... 78

4.1.1.4 Tujuan Ciater Spa Resort..... 80

4.1.1.5 Profil Ciater Spa Resort..... 80

4.1.1.6 Arti dan Logo Ciater Spa Resort..... 81

4.1.1.7 Struktur Organisasi Ciater Spa Resort..... 83

4.1.1.8 Struktur Departemen *Sales* dan *Marketing* Ciater Spa Resort..... 84

4.1.1.9 *Job Descriptions* Ciater Spa Resort..... 85

4.1.2 Deskripsi Identitas Informan..... 94

4.1.2.1 Informan Penelitian..... 94

4.1.2.2 Informan Pendukung Penelitian..... 99

4.1.3 Deskripsi Hasil Observasi..... 103
4.1.4 Deskripsi Penelitian..... 106
4.1.4.1 Persiapan Sebelum Penjualan yang dilakukan oleh Departemen *Sales* dan *Marketing* Ciater Spa Resort Subang..... 106
4.1.4.2 Pendekatan Kepada Individu yang dilakukan oleh Departemen *Sales* dan *Marketing* Ciater Spa Resort Subang..... 117
4.1.4.3 Melakukan Penjualan yang disampaikan oleh Departemen *Sales* dan *Marketing* Ciater Spa Resort Subang..... 123
4.1.4.4 Pelayanan Sesudah Penjualan yang dilakukan oleh Departemen *Sales* dan *Marketing* Ciater Spa Resort.Subang.....132
4.1.4.5 *Personal Selling* yang dilakukan oleh Departemen *Sales* dan *Marketing* Ciater Spa Resort.....135
4.2 Pembahasan Penelitian..... 144
4.2.1 Persiapan Sebelum Penjualan yang dilakukan Oleh Departemen *Sales* dan *Marketing* Ciater Spa Resort..... 144
4.2.2 Pendekatan Kepada Individu yang dilakukan oleh Departemen *Sales* dan *Marketing* Ciater Spa Resort..... 148
4.2.3 Melakukan Penjualan yang disampaikan oleh

Departemen *Sales* dan *Marketing* Ciater Spa Resort..... 151

4.2.4 Pelayanan Sesudah Penjualan yang dilakukan oleh Departemen *Sales* dan *Marketing* Ciater Spa Resort..... 154

4.2.5 *Personal Selling* Departemen *Sales* dan *Marketing* Ciater Spa Resort..... 160

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN..... 162

5.1 Kesimpulan..... 162

5.2 Saran..... 164

DAFTAR PUSTAKA..... 166

LAMPIRAN-LAMPIRAN..... 170

DAFTAR RIWAYAT HIDUP..... 239