

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
<i>ABSTRACT</i>	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
1.5. Kerangka Pemikiran.....	6
1.5.1. <i>Customer relationship management</i>	6
1.5.2. Minat Beli.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	12
2.1. Komunikasi.....	12
2.1.1. Jenis Komunikasi.....	13
2.1.2. Proses Komunikasi.....	14
2.1.3. Tujuan Komunikasi.....	16
2.2. Komunikasi Persuasi.....	17
2.2.1. Model Komunikasi Persuasi.....	19
2.2.2. Prinsip-prinsip Komunikasi Persuasif.....	20

2.2.3. Perencanaan Komunikasi Persuasi	23
2.2.4. Hambatan Komunikasi Persuasif.....	26
2.3. <i>Sales Promotion Girl</i>	27
2.4. Minat Beli	30
2.5. Penelitian Sebelumnya.....	34
BAB III METODE PENELITIAN.....	36
3.1. Jenis Penelitian	36
3.2. Subyek Penelitian	37
3.3. Obyek Penelitian.....	37
3.4. Sumber Data	37
3.5. Teknik Pengumpulan Data	38
3.6. Teknik Analisis Data	40
3.7. Keabsahan Data	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	46
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	46
4.1.1. Sejarah Singkat PT. Gudang Garam, Tbk	47
4.1.2. Falsafah Perusahaan.....	48
4.1.3. Sumber Daya Manusia (SDM)	49
4.2. Hasil Penelitian	50
4.2.1. Profil Informan.....	50
4.2.2. Komunikasi persuasi <i>sales promotion girl</i> Rokok PT. Gudang Garam dalam menarik minat beli konsumen.....	52
4.2.3. Faktor-faktor yang membuat konsumen tertarik untuk membeli produk rokok	66
4.2.4. Persepsi konsumen terhadap profesi <i>sales promotion girl</i>	69
4.3. Pembahasan.....	71
BAB V PENUTUP.....	81
5.1. Kesimpulan	81
5.2. Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA	83

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Informan Penelitian.....	Halaman 50
-------------------------------------	---------------