

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1. Profil Perusahaan	1
1.1.2. Visi dan Misi Perusahaan	2
1.1.3. Bidang Usaha	2
1.1.4. Struktur Organisasi.....	2
1.1.5. Logo dan Makna Logo	5
1.1.6. Produk	5
1.2. Latar Belakang	8
1.3. Rumusan Masalah	15
1.4. Batasan Masalah.....	15
1.5. Tujuan Penelitian	15
1.6. Sistematika Penulisan Laporan Tugas Akhir	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	17
2.1. Rangkuman Teori.....	17
2.1.1. Pemasaran	17
2.1.2. Manajemen Pemasaran	17
2.1.3. Persepsi Konsumen	18
2.1.4. Bauran Pemasaran	18
2.1.5. Promosi.....	20
2.1.6. Bauran Promosi	20
2.1.7. <i>Personal Selling</i>	22

2.1.8. Proses <i>Personal Selling</i>	22
2.2. Penelitian Terdahulu	28
2.3. Kerangka Penelitian	30
BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1. Metode Penelitian.....	32
3.2. Jenis Penelitian.....	32
3.3. Variabel Operasional	33
3.4. Skala Pengukuran	34
3.5. Tahapan Penelitian	34
3.6. Populasi dan Sampel	35
3.6.1. Populasi	35
3.6.2. Sampel.....	35
3.7. Teknik Sampling	37
3.8. Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.9. Uji Validitas dan Reliabilitas	38
3.9.1. Uji Validitas	38
3.9.2. Uji Reliabilitas.....	40
3.10. Teknik Analisis Data.....	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	43
4.1. Hasil Penelitian	43
4.1.1. Deskripsi Data Pelanggan	43
4.2. Uji Validitas dan Reliabilitas	46
4.2.1. Uji Validitas	46
4.2.2. Uji Reliabilitas.....	47
4.3. Uji Statistik Deskripsi	48
4.3.1. Analisis Variabel <i>Personal Selling</i>	48
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	60
5.1. Kesimpulan	60
5.2. Saran.....	61
DAFTAR PUSTAKA	xi
LAMPIRAN	xiii