

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang Penelitian	5
1.3 Perumusan Masalah	13
1.4 Pertanyaan Penelitian	14
1.5 Tujuan Penelitian	14
1.6 Manfaat Penelitian	15
1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	17
2.2 Penelitian Terdahulu	26
2.3 Kerangka Pemikiran	37
2.4 Hipotesis Penelitian	40
2.5 Ruang Lingkup Penelitian	40
BAB III METODE PENELITIAN	41
3.1 Jenis Penelitian	41
3.2 Operasionalisasi Variabel	42
3.3 Tahapan Penelitian	46
3.4 Populasi dan Sampel	49

3.5	Pengumpulan data	50
3.5.1	Data dan Teknik Pengumpulan Data	50
3.5.2	Desain Kuesioner	50
3.5.3	Skala Pengukuran	51
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas	51
3.6.1	Uji Validitas	51
3.6.2	Uji Reliabilitas	54
3.7	Metode Analisa Data dan Pengujian Hipotesis	55
3.7.1	Statistik Deskriptif	55
3.7.2	Pengujian Statistik	57
3.7.2.1	Uji Korelasi	57
3.7.2.2	Uji Asumsi Klasik	57
3.7.2.3	Regresi Linier Berganda	59
3.7.3	Pengujian Hipotesis	60
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	63
4.1	Hasil Penelitian	63
4.1.1	Karakteristik Responden	63
4.1.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
4.1.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	64
4.1.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	65
4.1.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Masa Kerja	66
4.1.1.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Jabatan	68
4.1.1.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Wilayah Regional Pemasaran	69
4.1.2.	Analisis Statistik Deskriptif	70
4.1.2.1	Analisis Statistik Deskriptif <i>Sales Training</i>	71
4.1.2.2	Analisis Statistik Deskriptif <i>Personal Selling</i>	73
4.1.2.3	Analisis Statistik Deskriptif <i>Sales Force Performance</i>	76
4.1.3	Analisis Korelasi	76
4.1.4	Uji Penyimpangan Asumsi Klasik	78
4.1.4.1.	Uji Normalitas	78
4.1.4.2.	Uji Heteroskedastisitas	81
4.1.4.3.	Uji Autokorelasi	82

4.1.4.4.	Uji Multikolonieritas	83
4.1.4.5.	Uji Linieritas	85
4.1.5	Analisis Regresi Linier Berganda	87
4.1.5.1.	Uji Signifikansi Parsial <i>Sales Training</i> Terhadap <i>Sales Force Performance</i>	88
4.1.5.2	Uji Signifikansi Parsial <i>Personal Selling</i> Terhadap <i>Sales Force Performance</i>	91
4.1.5.3.	Uji Signifikansi Simultan <i>Sales Training</i> dan <i>Personal Selling</i> Terhadap <i>Sales Force Performance</i>	95
4.2.	Pembahasan Hasil Penelitian	100
4.2.1.	<i>Sales Training</i> di PT. Medion Ardhika Bhakti	100
4.2.2.	<i>Personal Selling</i> di PT. Medion Ardhika Bhakti	100
4.2.3.	<i>Sales Force Performance</i> di PT. Medion Ardhika Bhakti	101
4.2.4.	Pengaruh <i>Sales Training</i> Terhadap <i>Sales Force Performance</i>	102
4.2.5.	Pengaruh <i>Personal Selling</i> Terhadap <i>Sales Force Performance</i>	102
4.2.6.	Pengaruh <i>Sales Training</i> dan <i>Personal Selling</i> Terhadap <i>Sales Force Performance</i>	103
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	105
5.1	Kesimpulan	105
5.2.	Saran	107
	DAFTAR PUSTAKA	109
	BIODATA	111