

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang Masalah.....	2
1.3 Identifikasi Masalah	12
1.4 Tujuan Penelitian.....	12
1.5 Manfaat Penelitian.....	13
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	13
1.5.2 Manfaat Praktis	13
1.7 Ruang Lingkup Penelitian	13
1.7.1 Lokasi dan Objek Penelitian	13
1.7.2 Waktu dan Periode Penelitian.....	13
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Rangkuman Teori	14
2.1.1 Komunikasi Pemasaran.....	14
2.1.2 Promosi	15
2.1.3 Penjualan Personal (<i>Personal Selling</i>).....	15
2.1.4 Tahap-Tahap Proses Penjualan Tatap Muka (<i>Personal Selling</i>)	17

2.1.5	Perilaku Konsumen.....	18
2.1.6	Keputusan Pembelian Konsumen	19
2.1.7	Tahapan dalam Proses Pengambilan Keputusan	20
2.1.8	Hubungan <i>Personal Selling</i> dengan Keputusan Pembelian.....	21
2.2	Penelitian Terdahulu.....	22
2.3	Kerangka Pemikiran	32
2.4	Hipotesis Penelitian.....	33
2.5	Ruang Lingkup Penelitian	33
BAB 3 METODE PENELITIAN.....		35
3.1	Jenis Penelitian	35
3.2	Operasionalisasi Variabel.....	35
3.3	Skala Pengukuran	40
3.4	Tahapan Penelitian	41
3.5	Populasi dan Sampel	42
3.5.1	Populasi.....	42
3.5.2	Sampel	43
3.6	Teknik Pengumpulan Data	44
3.6.1	Sumber Data	44
3.6.2	Metode Pengumpulan Data.....	44
3.7	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	45
3.7.1	Uji Validitas.....	45
3.7.2	Uji Reliabilitas	47
3.8	Teknik Analisis Data	49
3.8.1	Uji Korelasi Rank Spearman	50
3.8.2	Analisis Kualitatif	51
BAB 4 HASIL PENELITIAN		52
4.1	Pengumpulan Data	52
4.2	Karakteristik Responden	52
4.3	Hasil Penelitian.....	54
4.3.1	Analisis Variabel <i>Personal Selling</i>	54
4.3.2	Analisis Variabel Keputusan Pembelian.....	66
4.3.3	Hasil Uji Korelasi <i>Rank Spearman</i>	74

4.3.3 Hasil Kualitatif (Wawancara)	75
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	77
4.4.1 Pembahasan Variabel <i>Personal Selling</i>	78
4.4.2 Pembahasan Variabel Keputusan Pembelian.....	79
4.4.3 Pembahasan Hubungan <i>Personal Selling</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	80
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	82
5.1 Kesimpulan.....	82
5.2 Saran	82
5.2.1 Saran Akademis	83
5.2.2 Saran Praktis	83
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN.....	89