

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
ABSTRAK.....	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.	1
1.1.1 Profil Perusahaan.....	1
1.1.2 Logo Perusahaan.	2
1.1.3 Visi Misi Perusahaan.....	3
1.1.4 Produk dan Layanan	3
1.2 Latar Belakang Masalah.....	13
1.3 Rumusan Masalah.....	18
1.4 Tujuan Penelitian.	18
1.5 Kegunaan Penelitian	18
1.6 Sistematika Penulisan	19
BAB II.....	21
2.1 Landasan Teori.....	21
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	21
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	21
2.1.3 Bauran Pemasaran	22
2.1.4 Promosi.....	24
2.1.5 Bauran Promosi	24
2.1.6 Personal Selling.....	26

2.1.7	Dimensi Personal Selling	27
2.1.8	Keunggulan Personal Selling	29
2.2	Penelitian Terdahulu	30
2.3	Kerangka Pemikiran.....	34
BAB III		35
METODE PENELITIAN.....		35
3.1	Jenis Penelitian.....	35
3.2	Variabel Operasional.....	35
3.3	Skala Pengukuran.....	38
3.4	Tahapan Penelitian	39
3.5	Populasi dan Sampel	40
3.5.1	Populasi	40
3.5.2	Sampel	40
3.5.3	Teknik Sampling	40
3.6	Pengumpulan Data	41
3.6.1.	Sumber Data	41
3.6.2.	Metode Pengumpulan Data	42
3.7	Uji Validitas dan Reliabilitas	44
3.7.1.	Uji Validitas.....	44
3.7.2.	Uji Reliabilitas.....	45
3.8	Teknik Analisis Data.....	46
3.8.1.	Analisis Deskriptif.....	46
3.9	Objek Penelitian	48
BAB IV		49
HASIL DAN PEMBAHASAN.....		49
4.1	Hasil dan Pembahasan	49
4.1.1.	Jenis Kelamin	49
4.1.2.	Usia.....	50
4.1.3.	Pekerjaan.	50
4.1.4.	Penghasilan.....	51

4.2 Teknik Analisis Data.....	53
4.2.1 Analisis Deskriptif.....	53
BAB V.....	66
KESIMPULAN DAN SARAN.....	66
5.1 Kesimpulan.....	66
5.2 Saran	67
5.2.1. Saran Untuk Perusahaan.....	67
5.2.2. Saran Untuk Peneliti Selanjutnya.....	68
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN.....	71