DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN…..... i
PERNYATAAN KEASLIAN……..... ii
MOTTO..... iii
ABSTRAK……... iv
ABSTRACT……..... v
KATA PENGANTAR……..... vi
DAFTAR ISI..... x
DAFTAR GAMBAR..... xiv
DAFTAR TABEL..... xv
DAFTAR LAMPIRAN..... xviii

BAB.I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian…….1
1.2. Identifikasi Masalah…….5
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian.…….6
1.4. Kegunaan Penelitian…….…….....7
1.4.1. Kegunaan Praktis…….…….....7
1.4.2. Kegunaan Akademis.....…….....7
1.5. Lokasi dan Waktu Penelitian…….....8

BAB.II. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka …….....9
2.1.1 Penjualan Tatap Muka (*Personal Selling*) .....…….....9
2.1.1.1 Definisi *Personal Selling* 9
2.1.1.2 Tujuan *Personal Selling* 10
2.1.1.3 Ciri-ciri *Personal Selling* 11
2.1.1.4 Sifat-sifat *Personal Selling* 11

2.1.1.5 Fungsi *Personal Selling* 12
2.1.1.6 Keunggulan dan Kelemahan *Personal Selling* 12
2.1.1.7 Langkah-Langkah *Personal Selling* 14
2.1.2 Keputusan Pembelian Konsumen 16
2.1.2.1 Pengertian Keputusan Pembelian Konsumen 16
2.1.2.2 Pihak-pihak yang Terlibat dalam Keputusan Pembelian Konsumen 16
2.1.2.3 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen 17
2.1.3 Hubungan Personal Selling dan Keputusan Pembelian Konsumen …...…….....19
2.1.4 Penelitian Terdahulu ……...……....…….. 20
2.2 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis .....……..22
2.2.1 Kerangka Pemikiran 22
2.2.2 Hipotesis …….…….…….....……...29

BAB.III.OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian ……...…….30
3.2.Metode Penelitian …...…….30
3.2.1.Desain Penelitian …….....31
3.2.2.Operasional Variabel ……..……...33
3.2.3. Metode Penarikan Sampel …….……...….37
3.2.3.1. Populasi .....…….....37
3.2.3.2.Sampel….…….….....…….……..…38
3.2.4. Jenis dan Metode Pengumpulan Data ...……..…...39
3.2.4.1. Jenis Data ……..…….……39
3.2.4.2. Metode pengumpulan Data ……..……..…39
3.2.5. Metode Analisis dan Perancangan Hipotesis .....…….....42
3.2.5.1. Metode Analisis …….....…….....40
3.2.5.1.1. Uji Validitas ……..……42
3.2.5.1.2. Uji Reliabilitas ...……45

3.2.5.1.3. Analisis Deskkriptif/Kualitatif ……..46
3.2.5.1.4. Analisis Verifikatif/Kuantitatif ……49
3.2.5.2 Perancangan Hipotesis ..……..... 47

BAB.IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian……..…….55
4.1.1 Sejarah Perusahaan…….…….55
4.1.2 Struktur Organisasi…….…….59
4.1.2 Deskripsi Jabatan....…….....61
4.1.4 Aspek Perusahaan..…….....64
4.2. Hasil Pembahasan…...…….....65
4.2.1 Karakteristik Responden...……...…..…….....65
4.2.2 Hasil Analisis (Kualitatif)..……. 69
4.2.2.1 Tanggapan Responden
Terhadap Pelaksanaan *Personal Selling*
Pada CV. Aceh Honda Motor Bandung.....…69
4.2.2.2 Keputusan Pembelian Konsumen
Pada CV. Aceh Honda Motor
Bandung…….…….....81
4.2.3 Hasil Uji Hipotesis (Kuantitatif)
Pengaruh *Personal Selling* Terhadap
Keputusan Pembelian Konsumen
Pada CV. Aceh Honda Motor
Bandung.....…….....91
4.2.3.1 Analisis Regresi.……....91
4.2.3.2 Analisis Korelasi.……...93
4.2.3.3. Koefisien Determinasi...…….....95
4.2.3.4. Uji Hipotesis……..…….....96

BAB.V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan…….…….…….....102
5.2. Saran……..…….…….…….103

DAFTAR PUSTAKA…….105
DAFTAR RIWAYAT HIDUP