DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN ..... **i**

PERNYATAAN KEASLIAN ..... **ii**

MOTTO ..... **iii**

ABSTRACT ..... **iv**

ABSTRAK ..... **v**

KATA PENGANTAR ..... **vi**

DAFTAR ISI ..... **viii**

DAFTAR GAMBAR ..... **xiii**

DAFTAR TABEL ..... **xiv**

DAFTAR LAMPIRAN ..... **xix**

BAB I PENDAHULUAN **1**

1.1 Latar Belakang Penelitian 1

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah 9

1.2.1 Identifikasi Masalah 9

1.2.2 Rumusan Masalah 10

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian 10

1.3.1 Maksud Penelitian 10

1.3.2 Tujuan Penelitian 11

1.4 Kegunaan Penelitian 11

1.4.1 Kegunaan Praktis 11

1.4.2 Kegunaan Akademis 12
1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian 12
1.5.1 Tempat Penelitian 12
1.5.2 Waktu Penelitian 12
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, HIPOTESIS 13
2.1. Kajian Pustaka 13
2.1.1 *Personal Selling* 13
2.1.1.1 Pengertian *Personal Selling* 13
2.1.1.2 Tujuan *Personal Selling* 14
2.1.1.3 Manfaat *Personal Selling* 15
2.1.1.4 Fungsi *Personal Selling* 16
2.1.1.5 Tahap-Tahap *Personal Selling* 17
2.1.2 Promosi Penjualan 19
2.1.2.1 Pengertian Promosi Penjualan 19
2.1.2.2 Bentuk Promosi Penjualan 20
2.1.3 Keputusan Pembelian 22
2.1.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian 22
2.1.3.2 Tipe Perilaku Pembelian Konsumen 22
2.1.3.3 Pihak-Pihak yang terlibat dalam Keputusan Pembelian 23
2.1.3.4 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian 24
2.1.4 Keterkaitan Antar Variabel Penelitian 26
2.1.4.1 *Personal Selling* terhadap Keputusan Pembelian 26

2.1.4.2 Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian 27
2.2. Penelitian Terdahulu 27
2.3. Kerangka Pemikiran..... 30
2.4. Bagan Paradigma Penelitian 33
2.5. Hipotesis 34
BAB III METODE PENELITIAN..... 35
3.1. Objek Penelitian..... 35
3.2. Metode Penelitian 36
3.2.1 Desain Penelitian..... 37
3.2.2 Operasional Variabel..... 40
3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data 45
3.2.3.1 Sumber Data..... 45
3.2.3.2 Teknik Penentuan Data 46
3.2.4 Teknik Pengumpulan Data..... 48
3.2.4.1 Uji Validitas 49
3.2.4.2 Uji Reabilitas..... 52
3.2.4.3 *Methode of Succesive Interval* (MSI)..... 53
3.2.5 Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis..... 54
3.2.5.1 Rancangan Analisis..... 54
3.2.5.2 Analisis Deskriptif 55
3.2.5.3 Analisis Verifikatif..... 58
3.2.5.4 Uji Hipotesis 62

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 65

4.1. Gambaran Umum Perusahaan 65

4.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan 65

4.1.2. VISI, MISI dan LOGO 66

4.1.3. Struktur Organisasi Perusahaan 67

4.2. Karakteristik Responden 68

4.2.1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 68

4.2.2. Responden Berdasarkan Usia 69

4.2.3. Responden Berdasarkan Pekerjaan 70

4.3. Analisis Deskriptif 70

4.3.1. Tanggapan Pelanggan terhadap Variabel Personal Selling 71

4.3.1.1. Mencari Pelanggan dan Mengkualifikasikan 71

4.3.1.2. Prapendekatan 74

4.3.1.3. Presentasi dan Demonstrasi 77

4.3.1.4. Mengatasi Keberatan 80

4.3.1.5. Penutupan 83

4.3.1.6. Tindak Lanjut dan Pemeliharaan 86

4.3.2. Tanggapan Pelanggan terhadap Variabel Promosi Penjualan 90

4.3.2.1. Kupon 91

4.3.2.2. Diskon 95

4.3.2.3. Hadiah 99

4.3.2.4. Tampilan dan Demonstrasi 103

4.3.3. Tanggapan Pelanggan terhadap Variabel Keputusan Pembelian 108
4.3.3.1. Mengenal Masalah..... 108
4.3.3.2. Pencarian Informasi..... 109
4.3.3.3. Evaluasi Alternatif..... 110
4.3.3.4. Keputusan Pembelian 111
4.3.3.5. Perilaku Pasca Pembelian..... 112
4.4. Analisis Verifikatif..... 114
4.4.1. Analisis Regresi Linear Berganda 114
4.4.2. Analisis Koefisien Korelari 116
4.4.3. Analisis Koefisien Determinasi..... 118
4.4.4. Pengujian Hipotesis 120
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 128
5.1. Kesimpulan..... 128
5.2. Saran 129
DAFTAR PUSTAKA 131
LAMPIRAN