

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	<b>1</b>
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Logo Samsung	2
1.1.2 Visi-Misi Samsung	2
1.1.3 Tentang Samsung Indonesia	3
1.2 Latar Belakang Penelitian	3
1.3 Perumusan Masalah	8
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Manfaat Penelitian	8
1.5.1 Aspek Teoritis	8
1.5.2 Aspek Praktis	9
1.6 Sistematika Penulisan Skripsi	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN</b>	<b>11</b>
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	11
2.1.1 Rangkuman Teori	11
2.1.1.1 Manajemen Pemasaran	11
2.1.1.2 Bauran Pemasaran	12
2.1.1.3 Promosi	13
2.1.1.4 Bauran Promosi	14
2.1.1.5 Penjualan Personal	15

2.1.1.6 Wiraniaga ( <i>sales person</i> ).....	18
2.1.1.7 Sales Promotion Girl .....	20
2.1.1.8 Prilaku Konsumen .....	22
2.1.1.10 Jenis-Jenis Perilaku .....	24
2.1.1.11 Model Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen .....	25
2.1.1.12 Keputusan Pembelian .....	31
2.1.1.13 Pengaruh <i>Sales promotion Girl</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	32
2.2 Penelitian Terdahulu .....	33
2.3 Kerangka Pemikiran .....	48
2.4 Hipotesis .....	50
2.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	50
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>51</b>
3.1 Jenis Penelitian yang Digunakan .....	51
3.2 Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran.....	52
3.2.1 Operasionalisasi Variabel .....	52
3.2.2 Skala Pengukuran.....	57
3.3 Tahapan Penelitian .....	58
3.4 Populasi dan Sample .....	59
3.4.1 Populasi.....	59
3.4.2 Sample.....	59
3.5 Pengumpulan Data .....	60
3.5.1 Data <i>Primer</i> .....	61
3.5.2 Data <i>Sekunder</i> .....	62
3.6 Uji Validitas dan Uji Reabilitas .....	62
3.6.1 Uji Validitas .....	62
3.6.2 Uji Reabilitas .....	63
3.7 Teknik Analisis Data.....	64
3.7.1 Analisis Nilai Jenjang .....	64
3.7.2 Pengskalaan MSI (Methode of Successive Interval) .....	66
3.7.3 Uji Asumsi Klasik.....	67

a. Multikolinieritas .....	67
b. Heterokedasitas .....	67
c. Uji Normalitas .....	68
3.7.4 Analisis Regresi Linier Berganda .....	68
3.7.5 Pengujian Hipotesis .....	69
a. Pengujian Hipotesis Secara Simultan .....	69
b. Pengujian Hipotesis Secara Parsial .....	71
c. Koefisien Determinasi .....	73
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>75</b>
4.1 Analisis Nilai Jenjang .....	75
4.1.1 Karakteristik Konsumen .....	75
4.1.1.1 Jenis Kelamin Responden .....	75
4.1.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	76
4.1.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	76
4.1.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	77
4.1.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Wilayah .....	78
4.2. Hasil Penelitian .....	78
4.2.1 Tanggapan Reponden Mengenai Variabel <i>Sales Promotion Girl</i> .....	79
A. Sub Variabel <i>prospecting and qualifying</i> (X <sub>1</sub> ).....	79
B. Sub Variabel <i>preapproach</i> (X <sub>2</sub> ) .....	80
C. Sub Variabel <i>Approach</i> (X <sub>3</sub> ) .....	81
D. Sub Variabel <i>Presentation and Demonstration</i> (X <sub>4</sub> ) .....	82
E. Sub Variable <i>Handling Objections</i> (X <sub>5</sub> ).....	85
F. Sub Variabel <i>Closing</i> (X <sub>6</sub> ) .....	87
G. Sub Variabel <i>Follow-up</i> (X <sub>7</sub> ) .....	89
4.2.2 Tanggapan Reponden Mengenai Variabel <i>Sales Promotion Girl</i> .....	90
4.2.3 Tanggapan Reponden Mengenai Variabel Keputusan Pembelian.....	93
4.3 Pengujian Asumsi Klasik .....	96
4.2.1 Uji Normalitas.....	96
4.2.2 Uji Multikolinieritas.....	97

4.2.3 Uji Heterokedastisitas .....	98
4.4 Pengujian Hipotesis.....	99
A. Pengujian Hipotesis Secara Simultan .....	99
B. Pengujian Hipotesis Secara Parsial .....	100
4.5 Koefisien Determinasi.....	102
4.6 Analisis Regresi Linier Berganda .....	103
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian .....	106
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>108</b>
5.1 Kesimpulan .....	108
5.2 Saran .....	109
3.2.1 Bagi Perusahaan .....	109
3.2.2 Bagi Penelitian Selanjutnya .....	109
lampiran	