

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Profil Perusahaan.....	1
1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	2
1.1.3 Logo Perusahaan	3
1.1.4 Bidang Usaha	3
1.2 Latar Belakang	3
1.3 Rumusan Masalah	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Kegunaan Penelitian	8
1.5.1 Bagi Perusahaan	9
1.5.2 Bagi Penulis	9
1.5.3 Bagi Pihak Akademis	9
1.6 Sistematika Penulisan	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Rangkuman Teori	11
2.1.1 Manajemen Pemasaran	11

2.1.2	Pengertian Pemasaran	11
2.1.3	Pengertian Produk	11
2.1.4	Bauran Promosi	12
2.1.5	Promosi	14
2.1.6	Pengertian <i>Personal Selling</i>	14
2.1.7	Langkah-Langkah <i>Personal Selling</i>	14
2.1.8	Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	16
2.1.9	Proses Tahap Keputusan Pembelian.....	18
2.1.10	Keputusan Pembelian	19
2.2	Penelitian Terdahulu	19
2.3	Kerangka Pemikiran	21
2.4	Hipotesis	22

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Jenis Penelitian	23
3.1.1	Jenis Data	23
3.2	Variabel Operasional	24
3.2.1	Skala Pengukuran	26
3.3	Tahapan Penelitian	27
3.4	Populasi dan Sampel.....	28
3.4.1	Populasi.....	28
3.4.2	Sampel	29
3.4.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	30
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.6	Alat Ukur Penelitian	31
3.6.1	Uji Validitas	31

3.6.2 Uji Reliabilitas.....	34
3.7 Teknik Analisis Data	35
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	35
3.7.2 <i>Methods of Successive Internal (MSI)</i>	37
3.7.3 Uji Normalitas	38
3.7.4 Analisis Regresi Linear Sederhana.....	39
3.7.5 Uji Hipotesis.....	39
3.7.6 Koefisien Determinasi	41

BAB IV HASIL ANALISIS

4.1 Identitas Responden.....	42
4.1.1 Identitas Responden Berdasarkan <i>Screening Question</i>	42
4.1.2 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
4.1.3 Identitas Responden Berdasarkan Usia.....	43
4.1.4 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan	44
4.1.5 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan	45
4.1.6 Identitas Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan	46
4.1.7 Identitas Responden Berdasarkan Pengeluaran per Bulan.....	47
4.2 Analisis Tanggapan Responden	48
4.2.1 Tanggapan Responden Mengenai Pelaksanaan <i>Personal Selling</i> (X) yang dilakukan oleh Toyota AUTO2000	49
4.2.2 Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian (Y) Konsumen di Toyota AUTO2000	56
4.3 Analisis Regresi Linear Sederhana.....	63
4.3.1 Uji Normalitas	63
4.3.2 Analisis Regresi Linear Sederhana.....	64
4.3.3 Uji Hipotesis.....	65

4.3.4 Koefisien Determinasi	67
4.4 Pembahasan.....	68
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	71
5.2 Saran	72
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	