

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1. PT. Telekomunikasi Indonesia	1
1.1.2. Visi dan Misi PT. Telekomunikasi Indonesia	2
1.1.3. Bidang Usaha	2
1.1.4. IndiHome	3
1.2. Latar Belakang Penelitian	5
1.3. Perumusan Masalah	11
1.4. Tujuan Penelitian	12
1.5. Kegunaan Penelitian	12
1.6. Sistematika Penulisan	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN	14
2.1. Tinjauan Pustaka Penelitian	14
2.1.1. Pengertian Pemasaran	14
2.1.2. Promosi	14
2.1.3. <i>Personal selling</i>	17
2.1.4. Volume Penjualan	25
2.1.5. Keterkaitan Proses <i>Personal selling</i> dengan Volume Penjualan	28
2.2. Penelitian Terdahulu	29
2.3. Kerangka Pemikiran	41
2.4. Hipotesis Penelitian	42
2.5. Ruang Lingkup Penelitian	43

BAB III METODE PENELITIAN	44
3.1 Jenis Penelitian	44
3.2 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran	44
3.2.1 Operasional Variabel	44
3.2.2 Skala Pengukuran	48
3.3 Tahapan Penelitian	49
3.4 Populasi dan Sampel.....	50
3.4.1 Populasi	50
3.4.2 Sampel	50
3.5 Pengumpulan Data.....	51
3.5.1 Data Primer	51
3.5.2 Data Sekunder.....	51
3.5.3 Teknik Pengumpulan Data	51
3.6 Uji Validitas dan Reabilitas	52
3.6.1 Uji Validitas.....	52
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	54
3.7 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	56
3.7.1 Analisis Deskriptif	56
3.7.2 Uji Asumsi Klasik.....	57
3.7.3 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	58
3.7.4 Uji Hipotesis (Uji T).....	59
3.7.5 Koefisien Determinasi	60
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	62
4.1 Karakteristik Responden	62
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	62
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	63
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	64
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Waktu Bekerja.....	65
4.2 Analisis Deskriptif Data Penelitian	65
4.2.1 Tanggapan Responden terhadap Variabel Proses <i>Personal Selling</i>	66
4.2.2 Tanggapan Responden terhadap Variabel Volume Penjualan.....	80

4.3	Uji Asumsi Klasik	82
4.3.1	Uji Normalitas	82
4.4.2	Uji Heterokedastisitas.....	84
4.5	Analisis Regresi Linier Sederhana	85
4.6	Uji Hipotesis (Uji T).....	86
4.7	Koefisien Determinasi	87
4.8	Pembahasan Hasil Penelitian.....	88
4.8.1	Pembahasan Variabel Proses <i>Personal Selling</i> Produk IndiHome di PT. Telkom Witel Semarang.....	88
4.8.2	Pembahasan Variabel Volume Penjualan Produk IndiHome di PT. Telkom Witel Semarang.....	91
4.8.3	Pembahasan Pengaruh Proses <i>Personal Selling</i> Terhadap Volume Penjualan Produk IndiHome di PT.Telkom Witel Semarang.....	92
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	94
5.1	Kesimpulan.....	94
5.2	Saran.....	95
5.2.1	Saran untuk Perusahaan.....	95
5.2.2	Saran untuk Peneliti Selanjutnya	96
	DAFTAR PUSTAKA.....	97