

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
LEMBAR PERNYATAAN.....	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Sejarah Perusahaan.....	1
1.1.2 Logo Perusahaan	3
1.1.3 Visi Dan Misi Perusahaan.....	4
1.1.4 Produk Yang Dijual	4
1.1.5 Struktur Organisasi	6
1.2 Latar Belakang	7
1.3 Perumusan Masalah.....	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Batasan Masalah	8
1.6 Kegunaan Penelitian.....	9
1.7 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Pengertian Pemasaran	11
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	11
2.1.3 Bauran Promosi (<i>Promotion Mix</i>).....	12
2.1.4 Penjualan Personal (<i>Personal Selling</i>).....	14
2.1.5 Indikator <i>Personal Selling</i>	15

2.1.6	Peranan <i>Personal Selling</i>	16
2.1.7	Langkah-Langkah <i>Personal Selling</i>	17
2.2	Penelitian Terdahulu.....	19
BAB III METODE PENELITIAN		21
3.1	Pendekatan Penelitian.....	21
3.2	Jenis Penelitian	21
3.3	Sumber Data	23
3.4	Tahap-tahap Penelitian	24
3.5	Pengumpulan Data	26
3.6	Teknik Analisis Data	27
BAB IV PEMBAHASAN.....		29
2.2	Indikator <i>Personal Selling</i> pada Bank Negara Indonesia JPK Bandung	29
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		43
5.1	Kesimpulan.....	43
5.2	Saran.....	44
DAFTAR PUSTAKA.....		47