

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
ABSTRAKSI	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I - PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Profil PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk.....	1
1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan PT. Bank Mandiri Tbk	3
1.1.3 Logo Perusahaan PT. Bank Mandiri Tbk.....	4
1.1.4 Lima Nilai Budaya dan 11 Perilaku Utama Insan Bank Mandiri	5
1.1.5 Produk yang Dijual	6
1.2 Latar Belakang	6
1.3 Rumusan Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Batasan Masalah.....	9
1.6 Manfaat Penelitian.....	10
1.7 Sistematika Penelitian	10
BAB II - TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Landasan Teori	12
2.1.1 Pengertian Pemasaran	12
2.1.2 Manajemen Pemasaran	12
2.1.3 Promosi	13
2.1.4 Bauran Promosi.....	14
2.1.5 Pengertian <i>Personal Selling</i>	14
2.1.6 Indikator <i>Personal Selling</i>	15
2.1.7 Langkah-Langkah <i>Personal Selling</i>	16
2.1.8 Bentuk-Bentuk <i>Personal Selling</i>	18

2.2	Penelitian Terdahulu.....	20
BAB III - METODOLOGI PENELITIAN		22
3.1	Jenis Penelitian	22
3.2	Sumber Data	22
3.3	Sampel Penelitian	23
3.4.	Tahap-tahap Penelitian	24
3.5.	Teknik Pengumpulan Data	26
BAB IV - HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN		27
4.1.	Profil Responden	27
4.2.1.	Hasil wawancara Mikro Sales Kredit Supervisor	27
4.2.2.	Hasil Wawancara Mikro Sales Kredit.....	32
4.3.	Deskripsi Hasil Penelitian	37
BAB V - KESIMPULAN DAN SARAN		46
5.1	Kesimpulan.....	46
5.2	Saran	48
5.2.1	Bagi Perusahaan.....	48
5.1.2	Bagi Peneliti Selanjutnya.....	49
DAFTAR PUSTAKA		
DAFTAR JURNAL		
LAMPIRAN.....		