

## DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Pertanyaan Penelitian	4
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian	5
1.6 Lingkup Penelitian	5
1.7 Sistematika Penelitian	6
BAB II LANDASAN TEORI	7
2.1 Landasan Teori	7
3.1.1 Manajemen Angkatan Penjualan	7
3.1.2 Manajemen Keterhubungan Pelanggan	8
3.1.3 Kinerja Tenaga Penjualan	10
2.2 Kajian Penelitian Terdahulu	11
2.3 Kerangka Penelitian	12
BAB III METODA PENELITIAN	13
3.1 Desain Penelitian	13
3.2 Metoda Pengumpulan Data	13
3.3 Instrumen Penelitian	14
3.3.1 Instrumen Pengumpulan Data	14
3.3.2 Tindakan Korektif dalam Penelitian Aksi	14
3.3.3 Wawancara Pasca Tindakan Korektif	17
3.3.3.1 Wawancara dengan Manajer	17
3.3.3.2 Wawancara dengan Tenaga Penjualan	18
3.4 Metoda Analisis Data	19
3.5 Profil Perusahaan	20

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	22
4.1 Deskripsi Data	22
4.1.1 Hasil Wawancara dengan Manajer	22
4.1.1.1 Hasil Wawancara dengan Manajer Pertama	23
4.1.1.2 Hasil Wawancara dengan Manajer Kedua	26
4.1.1.3 Kesimpulan Hasil Wawancara dengan Manajer Penjualan	30
4.1.2 Hasil Wawancara dengan Tenaga Penjualan	34
4.1.2.1 Wawancara dengan Tenaga Penjualan Senior Satu	35
4.1.2.2 Wawancara dengan Tenaga Penjualan Senior Dua	36
4.1.2.3 Wawancara dengan Tenaga Penjualan Senior Tiga	38
4.1.2.4 Kesimpulan Hasil Wawancara dengan Tenaga Penjualan Senior	30
4.1.2.5 Wawancara dengan Tenaga Penjualan Pemula Satu	43
4.1.2.6 Wawancara dengan Tenaga Penjualan Pemula Dua	44
4.1.2.7 Wawancara dengan Tenaga Penjualan Pemula Tiga	45
4.1.2.8 Wawancara dengan Tenaga Penjualan Pemula Empat	47
4.1.2.9 Wawancara dengan Tenaga Penjualan Pemula Lima	48
4.1.2.10 Kesimpulan Hasil Wawancara dengan Tenaga Penjualan Pemula	49
4.2 Pembahasan	52
BAB V SIMPULAN	57
5.1 Simpulan	57
5.2 Implikasi	58
5.2.1 Implikasi Teoritis	58
5.2.2 Implikasi Praktis	58
5.3 Keterbatasan Penelitian	59

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 – Kerangka Pikir Penelitian_____	12
Gambar 4.1 – Alur Informasi Manajer Penjualan_____	23