

DAFTAR ISI

Halaman

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	ii
DAFTAR GAMBAR.....	iv
DAFTAR TABEL	v
ABSTRACT	vi
I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	8
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Hipotesis	9
1.5. Batasan Penelitian	9
1.6. Definisi Operasional Keputusan Pembelian	9
1.7. Manfaat Penelitian	9
1.8. Sistematika Pembahasan	10
II LANDASAN TEORI	
2.1. Pengertian Personal Selling	12
2.2. Keputusan Pembelian	18
2.2.1. Pengertian Pembelian Bisnis	22
2.2.2. Tahap-Tahap Proses Pembelian Bisnis	24
III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Obyek Penelitian	34
3.2. Rancangan Penelitian	34
3.3. Variabel Penelitian	35
3.4. Populasi dan Sampel	36
3.5. Sumber Data	37
3.6. Pengembangan Instrumen	38
3.7. Metode Statistik Untuk Menganalisa Data	
3.7.1. Analisa Statistik	39
3.7.2. Kuantitas Koefisien Korelasi	40
3.7.3. Kuantitas Koefisien Determinasi	41
IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
4.1. Pengujian Kualitas Data	42
4.1.1. Uji Validitas	42
4.1.2. Uji Reliabilitas	42
4.2. Deskripsi Statistik	43
4.2.1. Metode Personal Selling	44
4.2.2. Keputusan Pembelian	45

4.3. Analisis Regresi dan Korelasi	46
4.3.1. Pengujian Hipotesis	47
V KESIMPULAN DAN SARAN	54
5.1. Kesimpulan	54
5.2. Saran	55
5.3. Keterbatasan Penelitian	56
DAFTAR PUSTAKA	58
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Metode – metode promosi	13
Gambar 2.2	Faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian	22
Gambar 2.3	Kerangka proses pembelian pasar industri	25
Gambar 2.4	Model 8 tahap proses pembelian bisnis, Philip Kotler	30

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Perkembangan dan proyeksi konsumsi keramik lantai dan dinding nasional	1
Tabel 1.2	Biaya untuk promotional mix Granito dalam 5 tahun terakhir ...	4
Tabel 4.1	Correlations	46
Tabel 4.2	Coefficients	48
Tabel 4.3	Model summary	50