

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
INTISARI	xii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	11
1.3. Pertanyaan Riset	12
1.4. Tujuan Riset	13
1.5. Manfaat Riset	14
1.6. Lingkup Riset	14
BAB II LANDASAN TEORI	16
2.1. Komunikasi Pemasaran	16
2.2. Jenis Komunikasi Pemasaran	16
2.2.1. Periklanan	16
2.2.2. Promosi Penjualan	16
2.2.3. <i>Public Relation</i>	18
2.2.4. <i>Event and Experiences</i>	18
2.2.5. <i>Personal Selling</i>	18
2.2.6. <i>Direct Selling</i>	22
2.2.7. <i>Online and Social Media Marketing</i>	23
2.2.8. <i>Mobile Marketing</i>	25

2.3. Model Komunikasi Pemasaran.....	26
2.4. Peran Tenaga Penjualan	27
2.5. Kinerja Tenaga Penjualan	31
2.6. Media Sosial.....	32
2.7. Penggunaan Media Sosial	34
2.8. <i>Value Oriented Prospecting</i>	35
2.9. Penjualan Adaptif (<i>Adaptive Selling</i>)	35
2.10. Pelayanan Proaktif (<i>Proactive Servicing</i>)	36
2.11. Penggunaan Media Sosial Rekan	37
2.12. Kajian Penelitian Terdahulu.....	37
2.13. Pengembangan Hipotesis	39
2.13.1. Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tenaga Penjualan pada <i>Value-Oriented Prospecting</i>	39
2.13.2. Pengaruh Media Sosial Tenaga Penjualan pada Penjualan Adaptif.....	40
2.13.3. Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tenaga Penjualan pada Pelayanan Proaktif.....	41
2.13.4. Pengaruh <i>Value-Oriented prospecting</i> pada Kinerja Tenaga Penjualan	42
2.13.5. Pengaruh Penjualan Adaptif pada Kinerja Tenaga Penjualan.....	43
2.13.6. Pengaruh Pelayanan Proaktif pada Kinerja Tenaga Penjualan	43
2.13.7. Penggunaan media sosial rekan menguatkan pengaruh penggunaan media sosial tenaga penjualan pada <i>value-oriented</i> <i>prospecting</i>	44
2.13.8. Penggunaan media sosial rekan menguatkan pengaruh penggunaan media sosial tenaga penjualan pada penjualan adaptif.....	45
2.13.9. Penggunaan media sosial rekan menguatkan pengaruh penggunaan media sosial tenaga penjualan pada pelayanan proaktif.	46
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	48

3.1. Desain Penelitian.....	48
3.2. Metode Pengumpulan Data	48
3.2.1 Populasi	48
3.2.2 Sampel.....	49
3.2.3 Sumber Data, Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian	50
3.3. Skala Pengukuran.....	50
3.4. Definisi Operasional.....	50
3.5. Metode Analisis Data	53
3.5.1. Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	53
3.5.2. Uji Kriteria <i>Goodness of fit (GoF)</i>	55
3.5.3. Evaluasi <i>Inner Model</i> (structural model)	55
3.5.4. Pengujian Hipotesis.....	56
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....	58
4.1. Hasil Pengumpulan Data.....	58
4.2. Analisis Deskriptif.....	58
4.3. Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	63
4.3.1. Pengujian Validitas (<i>Convergent Validity</i>)	63
4.3.2. Pengujian Validitas Diskriminan (<i>Discriminat Validity</i>).....	65
4.3.3. Pengujian Reabilitas.....	67
4.3.4. Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	68
4.3.5. <i>Goodness of Fit</i>	70
4.3.6. Pengujian Hipotesis.....	71
4.4. Pembahasan.....	75
4.4.1. Penggunaan Media Sosial Tenaga Penjualan berpengaruh positif pada <i>Value Oriented Prospecting</i>	75
4.4.2. Penggunaan Media Sosial Tenaga Penjualan Berpengaruh Positif Pada Penjualan Adaptif	76
4.4.3. Penggunaan Media Sosial Tenaga Penjualan Berpengaruh Positif pada Pelayanan Proaktif.....	78
4.4.4. Perilaku <i>Value Oriented Prospecting</i> Berpengaruh Positif Pada Kinerja Tenaga Penjualan	80

4.4.5. Perilaku Penjualan Adaptif Berpengaruh Positif pada Kinerja Tenaga Penjualan.....	81
4.4.6. Perilaku Pelayanan Proaktif Berpengaruh Positif pada Kinerja Tenaga Penjualan.....	82
4.4.7. Penggunaan Media Sosial Rekan Menguatkan Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tenaga Penjualan pada <i>Value-Oriented Prospecting</i>	83
4.4.8. Penggunaan Media Sosial Rekan Menguatkan Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tenaga Penjualan Pada Penjualan Adaptif.....	84
4.4.9. Penggunaan Media Sosial Rekan Menguatkan Pengaruh Media Sosial Tenaga Penjualan pada Pelayanan Proaktif	86
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN.....	88
5.1. Simpulan.....	88
5.2. Implikasi Manajerial	91
5.3. Keterbatasan	92
5.4. Saran	93
Daftar Pustaka	94