

Daftar Isi

Halaman Judul.....	i
Halaman Pengesahan	ii
Pernyataan Keaslian Karya Tulis	iii
Kata Pengantar	iv
Daftar Isi	v
Daftar Tabel	viii
Daftar Gambar.....	ix
Lampiran	x
Intisari	xi
<i>Abstract</i>	xiii
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Pertanyaan Penelitian	14
1.4 Tujuan Penelitian.....	15
1.5 Manfaat Penelitian.....	16
1.6 Lingkup Penelitian	16
1.7 Sistematika Penulisan.....	18
BAB II	20
2.1 Landasan Teori	20
2.2 Kajian Penelitian Terdahulu	45
2.3 Mekanisme Hubungan Antar Variabel dan Perumusan Hipotesis	48
2.4 Model Penelitian.....	56
BAB III.....	58
3.1 Desain Penelitian	58
3.2 Metoda Pengumpulan Data	59
3.2.1 Jenis data penelitian.....	59
3.2.2 Langkah-langkah pengumpulan data.....	59
3.2.3 Waktu pelaksanaan pengumpulan data	61
3.2.4 Populasi penelitian dan metoda pengambilan sampel	61
3.3 Instrumen Penelitian.....	62

3.3.1	Alat ukur gaya kepemimpinan transformasional.....	63
3.3.2	Alat ukur gaya kepemimpinan transaksional	64
3.3.3	Alat ukur motivasi tenaga penjualan	65
3.3.4	Alat ukur budaya organisasi	66
3.4	Metoda Analisis Data	67
3.4.1	Uji validitas	67
3.4.2	Uji reliabilitas	68
3.4.3	Teknik analisa data	68
3.4.4	Uji determinasi (R^2).....	72
3.4.5	Uji signifikansi individual (uji statistik t).....	72
3.4.6	Uji signifikansi simultan (uji statistik F).....	73
3.5	Profil Kasus	73
3.5.1	Business to business marketing dan business to consumers marketing ...	73
3.5.2	Profil industri <i>Fast Moving Consumer Goods</i> (FMCG)	76
3.5.3	Industri FMCG di Indonesia.....	79
3.5.4	Peran tenaga penjualan	80
BAB IV	86
4.1	Deskripsi Data	86
4.1.1	Populasi dan sampel	86
4.1.2	Karakteristik responden.....	86
4.2	Analisis Statistik Deskriptif.....	90
4.2.1	Gaya kepemimpinan transformasional	90
4.2.3	Budaya organisasi.....	94
4.3	Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	98
4.3.1	Uji validitas	98
4.3.2	Uji reliabilitas	100
4.3.3	Uji regresi	101
4.3.4	Uji t.....	102
4.3.6	Uji determinasi (R^2).....	105
4.3.7	Uji <i>moderated regression analysis</i> (MRA)	105
4.4	Pembahasan	107
4.4.1	Pengaruh gaya kepemimpinan transformasional terhadap motivasi tenaga penjualan	107
4.4.2	Pengaruh hubungan gaya kepemimpinan transaksional dengan motivasi tenaga penjualan	109
4.4.3	Pengaruh simultan gaya kepemimpinan transformasional dan gaya kepemimpinan transaksional terhadap motivasi tenaga penjualan.....	112
4.4.4	Perbandingan pengaruh kekuatan gaya kepemimpinan transformasional dan gaya kepemimpinan transaksional terhadap motivasi tenaga penjualan ..	113

4.4.5 Pengaruh budaya organisasi terhadap kekuatan pengaruh gaya kepemimpinan transformasional terhadap motivasi tenaga penjualan.....	115
4.4.6 Pengaruh budaya organisasi terhadap kekuatan pengaruh gaya kepemimpinan transaksional terhadap motivasi tenaga penjualan.....	117
BAB V.....	119
5.1 Simpulan.....	119
5.2 Keterbatasan Penelitian	120
5.3 Implikasi.....	122
Daftar Pustaka	124