

DAFTAR ISI

Halaman

COVER

LEMBAR PENGESAHAN..... i

ABSTRAK.....ii

KATA PENGANTAR. iii

DAFTAR ISI.....v

DAFTAR TABEL..... viii

DAFTAR GAMBAR. ix

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian. 1

1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah.....6

1.2.1 Identifikasi Masalah6

1.2.2 Rumusan Masalah6

1.3 Tujuan Penelitian7

1.4 Manfaat Penelitian7

1.4.1 Manfaat Teoritis..... 7

1.4.2 Manfaat Praktis. 8

BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Kajian Pustaka..... 9

2.1.1. Manajemen..... 9

2.1.1.1 Pengertian Manajemen 9

2.1.1.2 Fungsi Manajemen 10

2.1.1.4	Bidang-bidang Manajemen.....	13
2.1.2.	Manajemen Pemasaran	15
2.1.2.1	Pengertian Pemasaran.....	15
2.1.2.2	Konsep Pemasaran.....	16
2.1.2.3	Strategi Pemasaran.....	17
2.1.2.4	Bauran Pemasaran.	18
2.1.3	Kajian Variabel yang Diteliti.....	19
2.1.3.1	<i>Salesmanship</i>	19
2.1.3.1.1	Pengertian <i>Salesmanship</i>	19
2.1.3.1.2	Strategi <i>Salesmanship</i>	20
2.1.3.1.3	Karakteristik Tenaga Penjual.....	21
2.1.3.1.4	Indikator-indikator <i>Salesmanship</i>	23
2.1.3.2	<i>Sales Promotion</i>	24
2.1.3.2.1	Pengertian <i>Sales Promotion</i>	24
2.1.3.2.2	Tujuan Promosi Penjualan.	25
2.1.3.2.3	Harapan Konsumen.....	26
2.1.3.2.4	Indikator-indikator <i>Sales Promotion</i>	28
2.1.3.3	Penjualan.	29
2.1.3.3.1	Pengertian Penjualan.....	29
2.1.3.3.2	Proses Penjualan.	30
2.1.3.3.3	Faktor-faktor volume Penjualan.	31
2.1.3.4	Hubungan Pengaruh <i>Salesmanship</i> dan <i>Sales Promotion</i> terhadap Penjualan.....	33
2.1.4	Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	35

2.2	Kerangka Pemikiran.....	37
2.3	Hipotesis.....	41

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Metode Penelitian yang digunakan.....	43
3.2	Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	43
3.2.1	Definisi Variabel.....	43
3.2.2	Operasionalisasi Variabel.....	44
3.3	Populasi dan Sampel.....	45
3.3.1	Populasi.....	45
3.3.2	Sampel.....	45
3.4	Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.4.1	Sumber Data.....	46
3.4.2	Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.5	Teknik Analisis Data.....	48
3.6	Tempat dan Waktu Penelitian.....	53
3.6.1	Tempat Penelitian.....	53
3.6.2	Waktu Penelitian.....	53

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jenis-Jenis Produk yang Dijual PT. Bentoel Group Tasikmalaya	4
Tabel 1.2	Data Penjualan Rokok Dunhill Mild Pada PT. Bentoel Group Tasikmalaya Tahun 2016-2020	5
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu yang Relevan.	35
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel	44
Tabel 3.2	Bobot Kriteria Jawaban.	48
Tabel 3.3	Tingkat Koefisien Korelasi.....	49
Tabel 3.4	Daftar Analisis ANAVA Regresi Linier Berganda.....	52
Tabel 3.5	Jadwal Penelitian	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Paradigma Penelitian.....	41
--------------------------------------	----