

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN</b>	
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	
<b>viii</b>	
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	
<b>xii</b>	
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	
<b>xiii</b>	
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah .....	9
1.2.1 Identifikasi Masalah .....	9
1.2.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Manfaat Penelitian .....	10
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	10
1.4.2 Manfaat Praktis .....	11
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b>	
2.1 Kajian Teori .....	12
2.1.1 Teori Ilmu Manajemen .....	12
2.1.1.1 Pengertian Manajemen .....	12
2.1.1.2 Fungsi Manajemen .....	14
2.1.1.3 Tujuan Manajemen.....	16
2.1.1.4 Bidang-Bidang Manajemen .....	16
2.1.1.5 Karakteristik Manajemen .....	18
2.1.1.6 Level Manajemen .....	19
2.1.1.7 Manajemen Modern.....	20
2.1.2 Manajemen Pemasaran .....	21
2.1.2.1 Pengertian Pemasaran .....	21
2.1.2.2 Pengertian Manajemen Pemasaran .....	22
2.1.2.3 Fungsi Manajemen Pemasaran.....	24
2.1.2.4 Tujuan Pemasaran .....	25
2.1.2.5 Ruang Lingkup Manajemen Pemasaran..	25
2.1.2.6 Marketing Mix.....	27
2.1.2.7 Masalah-masalah dalam Pemasaran .....	32
2.1.2.8 Strategi Pemasaran .....	33
2.1.2.9 Pemasaran Era Industry 4.0.....	34
2.1.3 Kajian Teori Variabel .....	35
2.1.3.1 <i>Personal Selling</i> .....	35
2.1.3.1.1 Pengertian <i>Personal Selling</i> .....	35

2.1.3.1.2	Fungsi dan Tujuan <i>Personal Selling</i> .....	36
2.1.3.1.3	Faktor-faktor yang Mempengaruhi <i>Personal Selling</i> .....	37
2.1.3.1.4	Indikator <i>Personal Selling</i> .....	38
2.1.3.1.5	Manfaat <i>Personal Selling</i> .....	39
2.1.3.2	<i>Payment By Credit</i> .....	40
2.1.3.2.1	Pengertian <i>Payment By Credit</i> ..	40
2.1.3.2.2	Unsur-Unsur Kredit.....	42
2.1.3.2.3	Jenis-jenis Kredit.....	42
2.1.3.2.4	Prosedur Pemberian Kredit .....	43
2.1.3.2.5	Indikator <i>Payment by Credit</i> .....	45
2.1.3.3	Penjualan .....	46
2.1.3.3.1	Pengertian Penjualan.....	46
2.1.3.3.2	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kegiatan Penjualan .....	47
2.1.3.3.3	Jenis-Jenis Penjualan.....	48
2.1.3.3.4	Volume Penjualan .....	49
2.1.3.3.5	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penjualan.....	50
2.1.3.3.6	Indikator Penjualan .....	51
2.1.4	Penelitian Terdahulu Yang Relevan .....	53
2.2	Kerangka Pemikiran .....	55
2.3	Hipotesis Penelitian .....	59

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1	Metode Penelitian yang Digunakan .....	61
3.2	Definisi dan Operasionalisasi Variabel .....	62
3.2.1	Definisi Variabel .....	63
3.2.2	Operasionalisasi Variabel .....	64
3.3	Populasi dan Sampel Penelitian .....	65
3.3.1	Populasi .....	65
3.3.2	Sampel .....	66
3.4	Sumber dan Teknik Pengumpulan Data .....	68
3.4.1	Sumber Data .....	68
3.4.2	Teknik Pengumpulan Data .....	69
3.5	Teknik Analisis Data .....	70
3.5.1	Analisis Deskriptif .....	71
3.5.2	Analisis Verifikatif .....	73
3.6	Tempat dan Waktu Penelitian .....	81
3.6.1	Tempat Penelitian .....	81
3.6.2	Waktu Penelitian .....	81

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN ..... 82**

4.1 Hasil Penelitian .....	82
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	82
4.1.1.1 Profil Rama Optik Ciamis .....	82
4.1.1.2 Visi dan Misi Rama Optik Ciamis .....	83
4.1.1.3 Struktur Organisasi dan <i>Job Description</i> Rama Optik Ciamis .....	83
4.1.1.4 Karakteristik Responden .....	86
4.1.2 Deskripsi Variabel yang Diteliti .....	89
4.1.2.1 Deskripsi Hasil Penelitian Mengenai Variabel <i>Personal Selling</i> pada Rama Optik Ciamis .....	91
4.1.2.2 Deskripsi Hasil Penelitian Mengenai Variabel <i>Payment By Credit</i> pada Rama Optik Ciamis .....	104
4.1.2.3 Deskripsi Hasil Penelitian Mengenai Variabel Penjualan pada Rama Optik Ciamis .....	117
4.1.3 Hasil Pengujian Hipotesis .....	130
4.1.3.1 Pengaruh <i>Personal Selling</i> terhadap Penjualan pada Rama Optik Ciamis .....	130
4.1.3.2 Pengaruh <i>Payment By Credit</i> terhadap Penjualan pada Rama Optik Ciamis .....	138
4.1.3.3 Pengaruh <i>Personal Selling</i> dan <i>Payment By Credit</i> terhadap Penjualan pada Rama Optik Ciamis .....	145
4.2 Pembahasan .....	156
4.2.1 Pengaruh <i>Personal Selling</i> terhadap Penjualan pada Rama Optik Ciamis .....	156
4.2.2 Pengaruh <i>Payment By Credit</i> terhadap Penjualan pada Rama Optik Ciamis .....	158

4.2.3 Pengaruh <i>Personal Selling</i> dan <i>Payment By Credit</i> terhadap Penjualan pada Rama Optik Ciamis .....	16
0	

<b>BAB V</b>	<b>SIMPULAN</b>	<b>DAN</b>	
<b>SARAN</b>	.....	<b>163</b>	
	5.1	Simpulan	
	.....		16
	3		
	5.2	Saran	
	.....		16
	3		
<b>DAFTAR</b>			
<b>PUSTAKA</b> .....			<b>16</b>
<b>5</b>			
<b>LAMPIRAN</b>			

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Volume Penjualan Rama Optik Pada Tahun 2022.....	2
Tabel 1.2	Data Hasil Pra Survey Tentang <i>Personal Selling</i> Rama Optik..... 5.....	
Tabel 1.3	Data Hasil Pra Survey Tentang <i>Payment By Credit</i> Rama Optik .	7
Tabel 2.1	Fungsi-Fungsi Manajemen.....	14
Tabel 2.2	Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	53
Tabel 3.1	Operasionalisasi variabel .....	64
Tabel 3.2	Realisasi Penjualan Rama Optik 2022 .....	66
Tabel 3.3	Pembobotan Skor Jawaban.....	70
Tabel 3.4	Interprestasi Koefisien Korelasi.....	74
Tabel 3.5	Jadwal Waktu Penelitian .....	81
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	86
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	87
Tabel 4.3	Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	88
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	89
Tabel 4.5	Interpretasi Data Untuk Setiap Pernyataan .....	90
Tabel 4.6	Karyawan Rama Optik Mampu Mengkomunikasikan Produk Kepada Konsumen .....	92
Tabel 4.7	Karyawan Rama Optik Mampu Menjaln Komunikasi yang Baik Dengan Konsumen .....	93
Tabel 4.8	Karyawan Rama Optik Memiliki Sikap yang Sopan Ketika Melayani Konsumen .....	94
Tabel 4.9	Karyawan Rama Optik Mampu Menjelaskan Karakteristik Produk yang Dipasarkan Sehingga Konsumen Mengetahui Keunggulan Dari Masing-Masing Produk .....	95

Tabel 4.10	Karyawan Rama Optik Mampu Menjawab Berbagai Pertanyaan yang Diajukan Oleh Konsumen Mengenai Produk yang Ditawarkan .....	96
Tabel 4.11	Karyawan Rama Optik Mampu Menggunakan Berbagai Metode Untuk Menarik Minat Konsumen Dalam Memasarkan Produk ...	97
Tabel 4.12	Karyawan Rama Optik Memiliki Keterampilan Untuk Menarik Minat Konsumen Untuk Membeli Produk yang Ditawarkan.....	98
Tabel 4.13	Karyawan Rama Optik Mampu Memberikan Perhatian yang Baik Kepada Konsumen Dalam Memasarkan Produk .....	99
Tabel 4.14	Karyawan Rama Optik Mampu Mengutamakan Kepentingan Konsumen Sesuai Dengan Kebutuhannya .....	100
Tabel 4.15	Karyawan Rama Optik Memiliki Kemampuan Dalam Memberikan Solusi Terhadap Masalah yang Dihadapi Konsumen .....	101
Tabel 4.16	Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Mengenai <i>Personal Selling</i> Pada Rama Optik Ciamis.....	102
Tabel 4.17	Interpretasi Penilaian Mengenai <i>Personal Selling</i> pada Rama Optik Ciamis.....	104
Tabel 4.18	Rama Optik Mampu Memberikan Kepercayaan Kepada Konsumen Dalam Melakukan Pembayaran Secara Kredit.....	105
Tabel 4.19	Rama Optik Mampu Memberikan Kepercayaan Kepada Konsumen Dalam Melakukan Kredit yang Sesuai Dengan Perjanjian yang Telah Disetujui .....	106
Tabel 4.20	Konsumen Selalu Diberikan Perjanjian yang Harus Disepakati Sesuai Dengan Prosedur yang Berlaku Dalam Melakukan Pembayaran Secara Kredit .....	107

Tabel 4.21	Rama Optik Selalu Berpedoman Pada Kesepakatan yang Telah Disetujui Kedua Belah Pihak Dalam Proses Pemberian Kredit .....	108
Tabel 4.22	Konsumen Diberikan Jangka Waktu Pembayaran yang Sesuai Dengan Kesepakatan Kedua Belah Pihak .....	109
Tabel 4.23	Konsumen Dapat Memilih Jangka Waktu Kredit yang Diinginkan Sesuai Dengan Kemampuan Konsumen Untuk Membayar..... 0	11
Tabel 4.24	Konsumen Dibebankan Dengan Resiko Bunga Sesuai Dengan Jangka Waktu Kredit yang Disetujui .....	11
	1	
Tabel 4.25	Konsumen Harus Memberi Jaminan Kepada Perusahaan Untuk Meminimalisir Resiko Kredit yang Terjadi .....	11
	2	
Tabel 4.26	Bunga Kredit yang Dibebankan Kepada Konsumen Lebih Rendah Dari Perusahaan Lain .....	11
	3	
Tabel 4.27	Rama Optik Mendapatkan Balas Jasa Dalam Bentuk Bunga dan Administrasi Kredit yang Merupakan Keuntungan Perusahaan.....	11
	4	
Tabel 4.28	Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Mengenai <i>Payment By Credit</i> Pada Rama Optik Ciamis.....	11
	5	
Tabel 4.29	Interpretasi Penilaian Mengenai <i>Payment By Credit</i> pada Rama Optik Ciamis.....	11
	7	
Tabel 4.30	Harga yang Ditawarkan Rama Optik Lebih Murah Dibandingkan Perusahaan Lain	

.....	11
8	
Tabel 4.31 Harga yang Ditawarkan Sesuai Dengan Kualitas Produk .....	11
9	
Tabel 4.32 Harga yang Ditawarkan Oleh Rama Optik Bervariasi .....	12
0	
Tabel 4.33 Pihak Perusahaan Mampu Menyampaikan Pesan Promosi yang Dibutuhkan Oleh Konsumen.....	12
1	
Tabel 4.34 Perusahaan Mampu Melakukan Promosi Dengan Baik Melalui Sosial Media .....	12
2	
Tabel 4.35 Perusahaan Selalu Melakukan Promosi Melalui Even-Even yang Dilakukan Secara Rutin.....	12
3	
Tabel 4.36 Produk yang Dijual Di Rama Optik Memiliki Kualitas yang Baik .....	12
4	
Tabel 4.37 Produk yang Ada di Rama Optik Sudah Teruji Kualitasnya Dibandingkan Dengan Produk di Perusahaan Lain .....	125
Tabel 4.38 Saluran Distribusi yang Dilakukan Oleh Perusahaan Sangat Baik dan Dapat Dipercaya .....	126
Tabel 4.39 Konsumen Melakukan Pemeblian di Rama Optik Karena Produk yang Dipasarkannya Sangat Lengkap .....	127
Tabel 4.40 Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Mengenai Penjualan Pada Rama Optik Ciamis .....	128



Tabel 4.41 Interpretasi Penilaian Mengenai Penjualan pada Rama Optik Ciamis..... 0	13
Tabel 4.42 Tabulasi Data Variabel <i>Personal Selling</i> (X <sub>1</sub> ) dan Penjualan (Y) ..... 1	13
Tabel 4.43 Tabulasi Data Variabel <i>Payment By Credit</i> (X <sub>2</sub> ) dan Penjualan (Y) ..... 8	13
Tabel 4.44 Data Variabel <i>Personal Selling</i> (X <sub>1</sub> ), <i>payment by credit</i> (X <sub>2</sub> ) dan Penjualan (Y) ..... 5	14

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Paradigma Penelitian.....	59
Gambar 3.1 Komponen Dan Proses Penelitian Kuantitatif .....	62
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Rama Optik.....	84
.....	

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Surat Ijin Penelitian
- Lampiran 2. Surat Balasan Ijin Penelitian
- Lampiran 3. Data Penjualan Rama Optik
- Lampiran 4. Kuesioer Penelitian
- Lampiran 5. Rekap Data Jawaban Responden Variabel  $X_1$ ,  $X_2$  dan  $Y$
- Lampiran 6. Distribusi T
- Lampiran 7. Distribusi F
- Lampiran 8. Lampiran Perhitungan SPSS