

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
<i>ABSTRACT</i> .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	v
DAFTAR TABEL .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR GRAFIK .....	xi
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	1
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	9
<b>1.3 Tujuan Penelitian</b> .....	10
<b>1.4 Manfaat Penelitian</b> .....	10
<b>1.4.1 Manfaat Teoritis</b> .....	10
<b>1.4.2 Manfaat Praktis</b> .....	10
BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS .	12
<b>2.1 Landasan Teori</b> .....	12
<b>2.1.1 Pemasaran</b> .....	12
<b>2.1.2 Manajemen Pemasaran</b> .....	12
<b>2.1.3 <i>Personal selling</i></b> .....	15
<b>2.1.3.1 Tujuan <i>Personal selling</i></b> .....	16
<b>2.1.3.2 Ciri Khusus <i>Personal selling</i></b> .....	18
<b>2.1.3.3 Fungsi <i>Personal selling</i></b> .....	18
<b>2.1.3.4 Manfaat Tambahan <i>Personal selling</i></b> .....	19
<b>2.1.3.5 Prinsip-Prinsip <i>Personal selling</i></b> .....	20

2.1.3.6	Bentuk-Bentuk <i>Personal selling</i> .....	22
2.1.3.7	Dimensi <i>Personal selling</i> .....	22
2.1.4	<i>Brand Image</i> (Citra Merek) .....	24
2.1.4.1	Pengertian <i>Brand</i> (Merek) .....	24
2.1.4.2	Pengertian <i>Brand Image</i> (Citra merek) .....	26
2.1.4.3	Konsep Citra Merek .....	27
2.1.4.4	Komponen Citra Merek .....	28
2.1.4.5	Strategi Pemasaran Citra Merek .....	32
2.1.5	Niat beli .....	33
2.1.6	Dimensi Niat Beli .....	34
2.1.7	Penelitian Terdahulu .....	36
2.2	Kerangka Pemikiran .....	38
2.4	Hipotesis .....	41
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN .....		42
3.1	Objek Penelitian .....	42
3.2	Metode Penelitian .....	42
3.2.1	Metode Penelitian yang Digunakan .....	42
3.2.2	Sumber Data.....	43
3.2.3	Teknik Pengumpulan Data .....	44
3.2.4	Populasi dan Sampel.....	45
3.2.5	Operasional Variabel.....	47
3.2.6	Skala Pengukuran dan Instrument Penelitian .....	50
3.3	Teknik Pengolahan Data.....	53
3.3.1	Uji Validitas Instrument .....	53
3.3.2	Uji Reliabilitas Instrument .....	54

3.3.3	Uji Asumsi Klasik .....	55
3.3.4	Metode Analisa Data .....	58
3.3.5	Analisis Korelasi .....	58
3.3.6	Koefisien Determinasi.....	60
3.3.7	Analisis Regresi Berganda .....	60
3.3.8	Pengujian Hipotesis .....	61
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....		64
4.1	Hasil Penelitian .....	64
4.1.1	Gambaran Umum Responden.....	64
4.1.2	Analisis Validitas dan Reliabilitas .....	66
	Pernyataan .....	67
	Pernyataan .....	68
	Pernyataan .....	68
4.1.3	Tanggapan mengenai Variabel <i>Personal selling</i> .....	72
4.1.4	Tanggapan Mengenai <i>Brand image</i> (X <sub>2</sub> ).....	77
4.1.5	Niat beli (Y).....	82
4.2	Uji Asumsi Klasik.....	85
4.3	Pengaruh <i>Personal selling</i> Dan <i>Brand image</i> Terhadap Niat beli....	88
4.3.1	Pengaruh <i>Personal selling</i> dan <i>Brand image</i> Terhadap niat beli .	88
4.4	Implikasi Manajerial.....	93
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		95
5.1	Kesimpulan .....	95
5.2	Saran.....	96
DAFTAR PUSTAKA .....		98
LAMPIRAN.....		100