

DAFTAR ISI

COVER

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PERNYATAAN

ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Kegunaan Penelitian.....	10

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PENELITIAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka	11
2.1.1 Personal Selling	11
2.1.1.1 Konsep Personal Selling dalam Manajemen Pemasaran pada Usaha Jasa Pariwisata.....	11
2.1.1.2 Definisi, Tujuan an Bauran Promosi.....	13
2.1.1.3 Definisi Personal Selling.....	16
2.1.1.4 Bentuk-Bentuk Personal Selling	17
2.1.1.5 Peranan Kinerja Personal Selling.....	18
2.1.1.6 Aspek-Aspek Penting dalam Personal Selling.....	18
2.1.1.7 Sifat-Sifat Personal Selling	22

2.1.1.8 Dimensi Personal Selling	23
2.1.2 Konsep Biro Perjalanan Wisata	26
2.1.3 Keputusan Pembelian	29
2.1.3.1 Proses Keputusan Pembelian	30
2.1.3.2 Dimensi Keputusan Pembelian	32
2.1.4 Pengaruh Program Personal Selling terhadap Keputusan Pembelian	33
2.1.5 Orisinalitas Penelitian	34
2.2 Kerangka Pemikiran	36
2.3 Hipotesis	41
BAB III OBJEK PENELITIAN DAN METODE PENELITIAN	
3.1 Objek Penelitian	43
3.2. Metode Penelitian	43
3.2.1 Jenis Dan Metode yang Digunakan	43
3.2.2 Operasionalisasi Variabel	44
3.2.3 Jenis dan Sumber Data	48
3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel	49
3.2.4.1 Populasi	49
3.2.4.2 Sampel	50
3.2.4.3 Teknik Sampling	51
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data	52
3.2.6 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas	53
3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas	53
3.2.6.2 Hasil Pengujian Reliabilitas	56
3.2.7 Teknik Rancangan Analisis Data dan Uji Hipotesis	58
3.2.7.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif	58
3.2.7.2 Rancangan Analisis Data Verifikatif	59
3.2.7.3 Pengujian Hipotesis	62

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil Perusahaan dan Konsumen Nata Tours Bandung	65
4.1.1 Profil Perusahaan	65
4.1.1.1 Identitas Perusahaan.....	65
4.1.2 Sejarah Singkat Perusahaan.....	66
4.1.3. Profil Responden yang Melakukan Pembelian di Nata Tours Bandung	67
4.1.3.1 Jenis Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia	67
4.1.3.2 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Asal Daerah	68
4.1.3.3 Profil Konsumen Berdasarkan Pendidikan dan Pekerjaan.....	69
4.1.3.4 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Penghasilan Perbulan	69
4.1.4 Pengalaman Responden Yang Melakukan Pembelian di Nata Tours	70
4.1.4.1 Pengalaman Konsumen Berdasarkan Asal Informasi Mengenai Nata Tours.....	70
4.1.4.2 Pengalaman Konsumen Berdasarkan Frekuensi Kunjungan	71
4.1.4.3 Pengalaman Konsumen Berdasarkan Daya Tarik ke Nata Tours	72
4.1.4.4 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Waktu Pembelian ke Nata Tours	73
4.1.4.5 Pengalaman Konsumen Berdasarkan BPW Lain yang Pernah Digunakan	74
4.1.4.6 Pengalaman Konsumen Berdasarkan Metode Pembayaran yang Sering Digunakan di Nata Tours.....	75
4.1.4.7 Pengalaman Konsumen Berdasarkan Prilaku Pasca Kunjungan Atau Pembelian di Nata Tours	76
4.1.4.8 Pengalaman Konsumen Berdasarkan Transportasi yang Digunakan Menuju Nata Tours	77
4.2 Pelaksanaan Mengenai Personal Selling di Nata Tours Bandung.....	78
4.2.1 Tanggapan Konsumen Mengenai Personal Skill di Nata Tours	78

4.2.2 Tanggapan Konsumen Mengenai Selling Skill di Nata Tours	81
4.2.3 Rekapitulasi Tanggapan Konsumen Mengenai Personal Selling di Nata Tours	83
4.3 Tanggapan Konsumen Mengenai Keputusan Pembelian di Nata Tours	85
4.3.1 Tanggapan Konsumen Mengenai Pilihan Brand di Nata Tours	85
4.3.2 Tanggapan Konsumen Mengenai Pilihan Distribusi di Nata Tours	86
4.3.3 Tanggapan Konsumen Mengenai Jumlah Dan Frekuensi Pembelian di Nata Tours	88
4.3.4 Tanggapan Konsumen Mengenai Waktu Pembelian di Nata Tours.....	89
4.3.5 Tanggapan Konsumen Mengenai Metode Pembayaran di Nata Tours	91
4.3.6 Rekapitulasi Tanggapan Konsumen Mengenai Keputusan Pembelian di Nata Tours	92
4.4. Pengaruh Personal Skills Dan Selling Skills terhadap Keputusan Pembelian	95
4.4.1 Hasil Uji Asumsi.....	95
4.4.1.1 Uji Normalitas.....	95
4.4.1.2 Uji Gejala Heteroskedastitas	97
4.4.1.3 Uji Gejala Multikolineritas	98
4.4.1.4 Uji Gejala Autokorelasi	99
4.4.2 Uji Koefisiens Determinasi.....	100
4.4.3 Uji Keseluruhan Koefisiensi Regresi Secara Serempak	101
4.4.4 Uji Signifikansi Koefisiensi Regresi Secara Parsial	102
4.4.5 Model Persamaan Regresi Personal Skills dan Selling Skills terhadap Keputusan Pembelian	103
4.5 Implikasi Hasil Temuan Penelitian	104
4.5.1 Implikasi Temuan Penelitian Bersifat Teoritik.....	104
4.5.2 Implikasi Temuan Penelitian Bersifat Empirik	105

BAB V KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan.....	107
5.2 Rekomendasi	108
DAFTAR PUSTAKA	110
LAMPIRAN	
CURICULUM VITAE	

Daftar Tabel

1.1 Pertumbuhan Jumlah Usaha Perjalanan Wisata Kota Bandung 2010-2012.....	3
1.2 Data Penjualan Tiket Penerbangan Domestik Nata Tours Tahun 2010-2013.....	5
1.3 Data Penjualan Tiket Penerbangan Internasional Nata Tours Tahun 2010-2013 ..	7
2.1 Definisi Personal Selling Menurut Para Ahli	16
2.2 Resume Penelitian Terdahulu Dan Orisinalitas Penelitian.....	34
3.1 Operasionalisasi Variabel.....	45
3.2 Pembelian tiket penerbangan secara individu di nata tours periode 2010-2013 ..	50
3.3 Hasil Pengujian Validitas Variabel X (Personal Selling)	54
3.4 Hasil Pengujian Validitas Variabel Y (Keputusan Pembelian)	55
3.5 Hasil Pengujian Reliabilitas	57
4.1 Jenis Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia	67
4.2 Frekuensi Konsumen Berdasarkan Pendidikan dan Pekerjaan	69
4.3 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Penghasilan Perbulan	70
4.4 Tanggapan Konsumen Mengenai Personal Skill Salesperson di Nata Tours	79
4.5 Tanggapan Konsumen Mengenai Selling Skill Salesperson di Nata Tours	81
4.6 Rekapitulasi Tanggapan Konsumen Mengenai Personal Selling di Nata Tours ..	83
4.7 Tanggapan Konsumen Mengenai Pilihan Brand di Nata Tours	86
4.8 Tanggapan Konsumen Mengenai Pilihan dealer di Nata Tours	87
4.9 Tanggapan Konsumen Mengenai Jumlah Dan Frekuensi Pembelian di Nata Tours	88
4.10 Tanggapan Konsumen Mengenai Waktu Pembelian di Nata Tours	90

4.11 Tanggapan Konsumen Mengenai Metode Pembayaran di Nata Tours	91
4.12 Rekapitulasi Tanggapan Konsumen Mengenai Keputusan Pembelian di Nata Tours	93
4.13 Hasil Uji Multikolinearitas	99
4.14 Hasil Uji Durbin-Watson (D-W)	99
4.15 Koefisien Determinasi	100
4.16 Hasil Uji Keseluruhan Koefisien Regresi Secara Serempak.....	101
4.17 Hasil Uji Hipotesis Regresi Linear Berganda	102

Daftar Gambar

1.1 Perkembangan Biro Perjalanan Wisata Di Provinsi Jawa Barat 2007-2010	2
1.2 Presentase Target Dan Pencapaian Penjualan Tiket Maskapai Penerbangan Domestik Nata Tours 2012-2013	5
1.3 Tingkat Penjualan Tiket Penerbangan Domestik Nata Tours Sesuai Segmen Pax Tahun 2013	6
2.1 Proses keputusan pembelian.....	30
2.2 Kerangka Pemikiran	40
2.3 Paradigma Penelitian	41
3.1 Regresi Berganda.....	60
3.2 Analisis Regresi Linear Berganda, Pengaruh Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian	63
4.1 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Asal Daerah	68
4.2 Pengalaman Konsumen Berdasarkan Asal Informasi Mengenai Nata Tours	71
4.3 Pengalaman Konsumen Dalam Berkunjung ke Nata Tours	72
4.4 Pengalaman Konsumen Berdasarkan Daya Tarik ke Nata Tours	73
4.5 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Waktu Pembelian ke Nata Tours.....	74
4.6 Karakteristik Konsumen Berdasarkan BPW Lain yang Pernah Digunakan	74
4.7 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Metode Pembayaran Yang Sering Digunakan Di Nata Tours	76

4.8 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Prilaku Pasca Kunjungan Atau Pembelian Di Nata Tours	77
4.9 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Transportasi Yang Digunakan Menuju Nata Tours	78
4.10 Personal Selling Pada Garis Kontinum	85
4.11 Keputusan Pembelian Pada Garis Kontinum	94
4.12 Histogram Dependent Variabel Keputusan Pembelian	96
4.13 Normal Probability Plot.....	97
4.14 Hasil Uji Gejala Heteroskedastisitas	98
4.15 Diagram Daerah Pengujian Autokorelasi dengan Uji Durbin Watson.....	100