

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS.....	10
2.1 Kajian Pustaka.....	10
2.1.1 Audit.....	10
2.1.1.1 Jenis-jenis Audit.....	11
2.1.2 Audit Manajemen.....	12
2.1.2.1 Tujuan Audit Manajemen.....	14
2.1.2.2 Ruang Lingkup dan Sasaran Audit Manajemen.....	15
2.1.2.3 Perbedaan Audit Manajemen dan Audit Keuangan.....	16
2.1.2.4 Tahap-tahap Audit.....	17
2.1.2.5 Audit Manajemen Pemasaran.....	21

2.1.3	Penjualan.....	24
2.1.3.1	Pengertian Penjualan.....	24
2.1.3.2	Tujuan Penjualan.....	25
2.1.3.3	Efektivitas Penjualan.....	25
2.1.4	Hubungan Pelaksanaan Audit Manajemen Pemasaran Dengan Efektivitas Penjualan.....	26
2.2	Kerangka Pemikiran.....	29
2.3	Hipotesis.....	37
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN.....		38
3.1	Objek Penelitian.....	38
3.2	Metode Penelitian.....	38
3.2.1	Desain Penelitian.....	38
3.2.2	Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	39
3.2.3	Populasi dan Sampel Penelitian.....	42
3.2.3.1	Populasi.....	42
3.2.3.2	Sampel.....	42
3.2.4	Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.2.5	Teknik Analisis Data.....	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		52
4.1	Hasil Penelitian.....	52
4.1.1	Tinjauan Umum tentang PT Kereta Api Indonesia (Persero).....	52
4.1.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan.....	52
4.1.1.2	Visi dan Misi Perusahaan.....	56

4.1.1.3	Produk Bisnis Inti.....	57
4.1.1.4	Struktur Organisasi PT Kereta Api Indonesia (Persero).....	57
4.1.2	Deskripsi Data Variabel Penelitian.....	60
4.1.2.1	Pengujian Instrumen Penelitian.....	60
4.1.2.2	Deskripsi Data Pelaksanaan Audit Manajemen Pemasaran.....	63
4.1.2.3	Proses Pengolahan Data Efektivitas Penjualan Setiap Daop dan Divre.....	70
4.1.3	Pengujian Hipotesis.....	71
4.2	Pembahasan Hasil Penelitian.....	74
4.2.1	Pelaksanaan Audit Manajemen Pemasaran pada PT Kereta Api Indonesia (Persero).....	74
4.2.2	Efektivitas Penjualan pada PT Kereta Api Indonesia (Persero).....	81
4.2.3	Hubungan Pelaksanaan Audit Manajemen Pemasaran Dengan Efektivitas Penjualan pada PT Kereta Api Indonesia (Persero).....	83
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		86
5.1	Simpulan.....	86
5.2	Saran.....	87
DAFTAR PUSTAKA.....		88
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....		90

DAFTAR TABEL

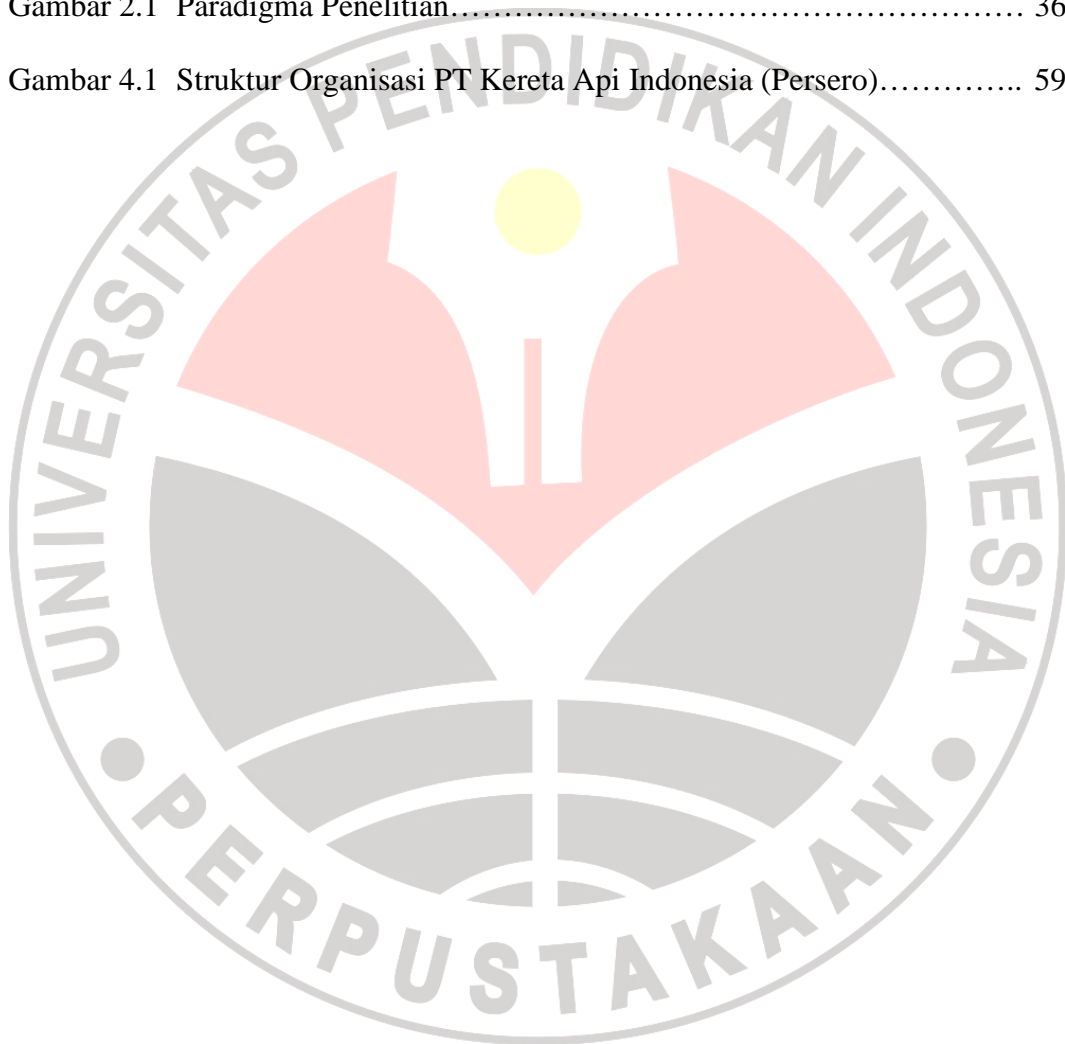
Tabel 1.1	Pertumbuhan Penjualan PT Kereta Api (Persero).....	3
Tabel 1.2	Pertumbuhan Penjualan Daerah Operasi 1 Jakarta.....	4
Tabel 1.3	Pertumbuhan Penjualan Daerah Operasi 4 Semarang.....	4
Tabel 1.4	Pertumbuhan Penjualan Daerah Operasi 8 Surabaya.....	5
Tabel 1.5	Pertumbuhan Penjualan DIVRE III Sumatera Selatan.....	5
Tabel 2.1	Perbedaan Audit Manajemen dan Audit Keuangan.....	16
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	41
Tabel 3.2	Perhitungan Frekuensi Jawaban Untuk Variabel X.....	47
Tabel 3.3	Kriteria Pencapaian.....	49
Tabel 3.4	Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi.....	51
Tabel 4.1	Ringkasan Sejarah Perkeretaapian Indonesia.....	54
Tabel 4.2	Hasil Uji Validitas.....	61
Tabel 4.3	Reliabilities Statistics.....	62
Tabel 4.4	Pemetaan Kuesioner Pelaksanaan Audit Manajemen Pemasaran.....	63
Tabel 4.5	Jawaban Responden Mengenai Independensi Pelaksana Audit.....	64
Tabel 4.6	Jawaban Responden Mengenai Kompetensi Pelaksana Audit.....	65
Tabel 4.7	Jawaban Responden Mengenai Tahap Audit Pendahuluan.....	66
Tabel 4.8	Jawaban Responden Mengenai Tahap Audit Lanjutan.....	67
Tabel 4.9	Jawaban Responden Mengenai Pelaporan Hasil Audit.....	68
Tabel 4.10	Jawaban Responden Mengenai Tindak Lanjut Rekomendasi Audit..	69

Tabel 4.11 Efektivitas Penjualan Tiket Angkutan Penumpang PT KAI (Persero).....	70
Tabel 4.12 Hasil Kuesioner.....	72
Tabel 4.13 Rank Variabel X dan Variabel Y.....	73



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Trend Pendapatan Penjualan PT KAI (Persero).....	2
Gambar 1.2	Target dan Realisasi Penjualan Daerah Operasi 2 Bandung.....	4
Gambar 2.1	Paradigma Penelitian.....	36
Gambar 4.1	Struktur Organisasi PT Kereta Api Indonesia (Persero).....	59



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Laporan Penjualan PT KAI (Persero) Tahun 2009.....	xi
Lampiran 2	Kuesioner Penelitian.....	xv
Lampiran 3	Tabel Validitas Instrumen Penelitian.....	xviii
Lampiran 4	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden.....	xix
Lampiran 5	Tabel Spearman Rank.....	xx
Lampiran 6	Pedoman Wawancara.....	xxi
Lampiran 7	Surat Izin Penelitian dari Fakultas.....	xxii
Lampiran 8	Surat Izin Penelitian dari PT KAI (Persero).....	xxiii
Lampiran 9	Formulir Frekuensi Bimbingan.....	xxiv
Lampiran 10	Formulir Persetujuan Revisi Seminar UP.....	xxvii
Lampiran 11	Formulir Persetujuan Revisi Ujian Sidang Skripsi.....	xxviii