

DAFTAR ISI

	Halaman
SERTIFIKASI	II
PENGESAHAN TESIS	III
ABSTRACT.....	IV
ABSTRAKSI	V
KATA PENGANTAR	VI
DAFTAR TABEL	XII
DAFTAR GAMBAR	XIV
DAFTAR RUMUS.....	XV
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	XVI
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Kegunaan Penelitian	7
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL	8
2.1 PENELITIAN RUJUKAN.....	8
2.1.1 Hubungan Pengaturan Tenaga Penjual dan Efektivitas Penjualan.....	8
2.1.2 Hubungan Pengaturan Wilayah Penjualan dan Efektivitas Penjualan	12
2.1.3 Hubungan Efektivitas Penjualan suatu organisasi penjualan dan Kinerja Pemasaran	14
2.1.4 Hubungan Pengaturan Tenaga Penjual dan Kinerja Pemasaran.....	17
2.1.5 Hubungan Pengaturan Wilayah Penjualan dan Kinerja Penjualan.....	20

2.2	Kinerja Pemasaran.....	22
2.3	Pengaturan Tenaga Penjual dan Efektifitas Penjualan.....	28
2.4	Pengaturan Wilayah Penjualan dan Efektivitas Penjualan	36
2.5	Efektivitas Penjualan dan Kinerja pemasaran.....	40
2.6	Pengaturan Tenaga Penjualan dan Kinerja pemasaran	46
2.7	Pengaturan Wilayah Penjualan dan Kinerja pemasaran.....	49
2.8	Kerangka Pemikiran Teoritis.....	53
2.9	Hipotesis	54
2.10	Definisi Operasional Variabel	54
BAB III METODE PENELITIAN.....		56
3.1	Desain dan Obyek Penelitian.....	56
3.1.1	Desain Penelitian	56
3.1.2	Obyek Penelitian	57
3.2	Jenis dan Sumber Data	58
3.3	Populasi dan Sampel	59
3.3.1	Populasi	59
3.3.2	Sampel	59
3.4	Metode Pengumpulan Data	60
3.5	Teknik Analisis Data	61
3.5.1	Analisis Kualitatif.....	61
3.5.2	Analisis Kuantitatif.....	61
BAB IV ANALISIS DATA		68
4.1	Pendahuluan	68
4.2	Proses Analisis Data	69
4.2.1	Statistik Deskriptif – Karakteristik Responden	69
4.2.1.1	Pengaturan Tenaga penjual	70
4.2.1.2	Pengaturan Wilayah penjualan	74
4.2.1.3	Efektivitas Penjualan Tenaga Penjual.....	78
4.2.1.4	Kinerja Pemasaran	81

a.	Proses Analisis Data dan Pengujian Model Penelitian	84
4.3.1.	Langkah 1 ; Pengembangan Model Berdasarkan Teori.....	84
4.3.2.	Langkah 2 ; Menyusun Diagram Alur (Path Diagram)	84
4.3.3.	Langkah 3 ; Persamaan Struktural dan Model Pengukuran	84
4.3.4.	Langkah 4 ; Memilih Matrik Input dan Teknik Estimasi	85
4.3.4.1	Confirmatory Factor Analysisi Konstruk Eksogen.....	86
4.3.5.	Langkah 5 : Menilai Problem Identifikasi	94
4.3.6.	Langkah 6: Evaluasi Kriteria Goodness of Fit	94
4.3.6.1	Asumsi-asumsi SEM.....	94
4.3.6.1.1	Ukuran Sampel	94
4.3.6.1.2	Outlier.....	95
4.3.6.1.3	Outlier Univariate	95
4.3.6.1.4	Outlier Multivariate	96
4.3.6.1.5	Uji Normalitas Data.....	97
4.3.6.1.6	Evaluasi atas Multikolinearitas dan Singularitas.....	98
4.3.7	Langkah 7: Interpretasi dan Modifikasi Model	99
4.4	Uji Reliabilitas dan Variance Extract.....	100
4.5	Kesimpulan Penguiian Hipotesis.....	104
4.6	Kesimpulan Bab.....	107
BAB V KESIMPULAN DAN IMPLIKASI KEBIJAKAN.....		108
5.1	Ringkasan Penelitian.....	108
5.2	Kesimpulan	109
5.2.1	Kesimpulan Atas Hipotesis	109
5.2.1.1	Pengaruh Pengaturan Tenaga Penjual Terhadap Efektivitas Penjualan.....	109
5.2.1.2	Pengaruh Pengaturan Wilayah Penjualan terhadap Efektivitas penjualan.....	110
5.2.1.3	Pengaruh Efektifitas Penjualan terhadap Kinerja pemasaran. ...	110
5.2.1.4	Pengaruh Pengaturan Tenaga Penjual terhadap Kinerja pemasaran	111
5.2.1.5	Pengaruh Pengaturan Wilayah Penjualan terhadap Kinerja pemasaran	111
5.3	Kesimpulan Masalah Penelitian.....	112
5.4	Implikasi Teoritis.....	116
5.5	Implikasi Manajerial.....	120
5.6	Keterbatasan Penelitian	128

5.7	Agenda Penelitian Mendatang	128
	DAFTAR REFERENSI.....	129
	LAMPIRAN-LAMPIRAN	133