

DAFTAR ISI

HALAMAN.....	i
HALAMAN SCAN KARTU MAHASISWA.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
Pernyataan Orisinalitas.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	viii
ABSTARK.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 RUMUSAN MASALAH.....	4
1.3 TUJUAN PENELITIAN.....	5
1.4 MANFAAT PENELITIAN.....	5
BAB II Gambaran Umum Perusahaan.....	7
2.1 Sejarah Singkat PT. Rolas Nusantara Mandiri.....	7
2.1 Visi dan Misi PT. Rolas Nusantara Mandiri.....	8
2.3 Struktur Organisasi PT. Rolas Nusantara Mandiri.....	8
2.4 Makna Logo PT. Rolas Nusantara Mandiri.....	9
2.5 Produk PT. Rolas Nusantara Mandiri.....	10
2.6 E-Commerce yang digunakan.....	14
BAB III.....	18
PEMBAHASAN.....	18
3.1 Tinjauan Pustaka.....	18
3.1.1 Bauran Pemasaran.....	18
3.1.2 Pengertian Bauran Promosi.....	19
3.1.3 Klasifikasi <i>e-commerce</i>	20

3.1.3	Kepuasan Konsumen.....	20
3.2	Proses Pengumpulan Data.....	22
3.2.1.	Jenis dan Metode Penelitian.....	22
3.2.2	Populasi dan Sampel.....	22
3.2.2.1	Populasi	22
3.2.2.2	Sample	23
3.2.3	Jenis dan Sumber Data	24
3.2.3.1	Data Primer	24
3.2.3.2	Data Sekunder	24
3.2.4	Metode Pengumpulan Data	25
3.2.4.1	Observasi.....	25
3.2.4.2	Kuesioner	25
3.2.5	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	27
3.2.5.1	Variabel Penelitian	27
3.2.5.2	Definisi Operasional	27
3.2.6	Uji Validitas dan Reliabilitas	29
3.2.6.1	Uji Validitas	29
3.2.6.2	Uji Reliability.....	30
3.3	Hasil dan Pembahasan	31
3.3.1	Profil Responden	31
3.3.1.1	Jenis Kelamin	31
3.3.1.2	Usia.....	32
3.3.1.3	Pekerjaan	32
3.3.1.4	Pendapatan	33
3.3.2	Deskripsi Hasil Penelitian	34
3.3.2.1	Tanggapan Responden Mengenai Periklanan (<i>Advertising</i>)	34
3.3.2.2	Tanggapan Responden Mengenai Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>).....	36
3.3.2.3	Tanggapan Responden Mengenai Penjualan Perorangan (<i>Personal Selling</i>)	38
3.3.2.4	Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan Pelanggan.....	40

3.3.4 Pembahasan Analisis.....	43
BAB IV KESIMPULAN.....	46
A. Kesimpulan	46
B. Saran	47
DAFTAR PUSTAKA.....	48
LAMPIRAN	49

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan PT. Rolas Nusantara Mandiri.....	3
Tabel 1.2 Rencana Pelaksanaan Penelitian Tugas Akhir	6
Tabel 3.1 Instrumen Skala <i>Likert</i>	24
Tabel 3.2 Definisi Operasional.....	25
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas	26
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas	27
Tabel 3.5 Tanggapan Responden Mengenai Periklanan (<i>Advertising</i>)	31
Tabel 3.6 Tanggapan Responden Mengenai Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>)	33
Tabel 3.7 Tanggapan Responden Mengenai Penjualan Perorangan (<i>Personal Selling</i>)	35
Tabel 3.9 Pengukuran Efektivitas.....	37
Tabel 3.10 Rata-rata Variabel.....	39

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Statistik Toko.....	2
Gambar 2.1 Struktur Organisasi PT. Rolas Nusantara Mandiri	9
Gambar 2.2 Logo PT. Rolas Nusantara Mandiri	10
Gambar 2.3 Salah Satu Contoh <i>Premium Tea (White Tea)</i>	11
Gambar 2.4 Salah Satu Contoh <i>Premium Coffee</i>	11
Gambar 2.5 Salah Satu Contoh <i>Rollas Java Coffee Jampit</i>	12
Gambar 2.6 <i>Rollaas Macadamia Nuts</i>	12
Gambar 2.7 Salah Satu Contoh Merek Rolas Teh.....	13
Gambar 2.8 Salah Satu Contoh Merek Rolas Kopi.....	13
Gambar 2.9 Air Minum Dalam Kemasan “Airolas”	14
Gambar 2.10 <i>Rolas Glen’s Choco</i>	14
Gambar 2.11 Tampilan <i>E-Commerce</i> Shopee	15
Gambar 2.12 Tampilan <i>E-Commerce</i> Tokopedia.....	15
Gambar 2.13 Tampilan Postingan Iklan	15
Gambar 3.5 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	28
Gambar 3.6 Data Responden Berdasarkan Usia.....	28
Gambar 3.7 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan	29
Gambar 3.8 Data Responden Berdasarkan Pendapatan Per bulan	29

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Persetujuan Praktik Kerja Lapangan.....	48
Lampiran 2 Kartu Konsultasi Laporan Tugas Akhir	49
Lampiran 3 Buku Harian Praktik Kerja Lapangan	51
Lampiran 4 Hasil Penilaian Praktik Kerja Lapangan	56
Lampiran 5 Kuesioner	57
Lampiran 6 Tabulasi Data Kuesioner	61
Lampiran 7 Olah Data SPSS	61
Lampiran 8 Sertifikat Magang	64
Lampiran 9 Dokumentasi	65