

SKRIPSI

**PENGARUH SALES PROMOTION DAN PERSONAL
SELLING TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN
PEMBELIAN (Studi Pada Prioritas Pasir Pengaraian)**

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Mengikuti Ujian Komprehensif Pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian*



OLEH :

**VERY SANDRIA
NIM : 1525078**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PASIR PENGARAIAN
TAHUN 2020**

HALAMAN PENGESAHAN

NAMA : VERY SANDRIA
NIM : 1525078
JUDUL PENELITIAN : **PENGARUH SALES PROMOTION DAN PERSONAL SELLING TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PADA PRIORITAS PASIR PENGARAIAN)**

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan pada Ujian Akhir Komprehensif Program Studi Manajemen pada hari Rabu, 24 Juni 2020 dan telah dilakukan perbaikan sesuai dengan simpulan dan saran Tim Penguji.

Pasir Pengaraian, 04 Juli 2020

Pembimbing I

Hidayat, SE., MM
NIDN. 1027058603

Pembimbing II

Arrafiqur Rahman, SE,MM
NIDN. 1018108502

Penguji Ujian Akhir Komprehensif,

Penguji I

Andi Afrizal, SE., M. SI. AK. CA
NIDN. 1014118301

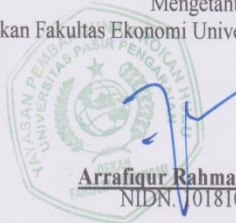
Penguji II

Nurul Hidayati, SE., M.Si
NIDN. 1005118901

Penguji III

Dr. Heffi Christy Rahayu, SE., M. Si
NIDN. 1018067303

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian



Arrafiqur Rahman, SE,MM
NIDN. 1018108502

PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **VERY SANDRIA**
Nomor Mahasiswa : **1525078**
Program Studi : **MANAJEMEN**
Judul Skripsi : **PENGARUH SALES PROMOTION DAN
PERSONAL SELLING TERHADAP
PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN
(STUDI PADA PRIORITAS PASIR PENGARAIAN)**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri dan sepanjang pengetahuan dan keyakinan saya tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan serta tidak juga terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan / atau diterbitkan oleh orang lain. Kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari ditemukan unsur plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar akademik yang telah diperoleh karena skripsi saya ini, serta sanksi lainnya sesuai norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Pasir Pengaraian, 6 Juni 2020

Yang Membuat Pernyataan



VERY SANDRIA

ABSTRAK

Very Sandria. NIM: 1525078. 2020. Pengaruh *Sales Promotion* dan *Personal Selling* Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian (Studi pada Prioritas Pasir Pengaraian). Pembimbing I: Hidayat, SE., MM dan Pembimbing II: Arrafiqur Rahman, SE.,MM

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *sales promotion* dan *personal selling* terhadap pengambilan keputusan pembelian baik secara parsial maupun simultan. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen dari Prioritas Pasir Pengaraian. Sampel penelitian menggunakan teknik aksidental sampling dengan jumlah sebanyak 93 orang. Variabel bebas dalam penelitian ini *sales promotion* (X1), *personal selling* (X2) dan variabel terikat keputusan pembelian (Y). Metode pengumpulan data menggunakan observasi, kuesioner dan penelitian kepustakaan. Analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan program SPSS. Hasil analisis regresi linier berganda diperoleh persamaan regresi $Y = 18,757 + 0,317X1 + 0,516X2$. Secara parsial, diperoleh t-hitung *sales promotion* 2,734, dan *personal selling* 3,351. Secara simultan, diperoleh F-hitung 7,113 menunjukkan *sales promotion* dan *personal selling* secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 13,6% keputusan pembelian dipengaruhi oleh *sales promotion* dan *personal selling*, sedangkan sisanya 86,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Kesimpulan dari penelitian ini baik pada pengujian secara parsial (uji t) maupun pada pengujian secara simultan (uji F) variabel *sales promotion* dan *personal selling* memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: *sales promotion*, *personal selling* dan keputusan pembelian

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah Shubhanallah wa taala yang telah memberikan rahmat, hidayah serta kekuatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Terwujudnya skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang telah mendorong dan membimbing penulis, baik tenaga, ide-ide, maupun pemikiran. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Adolf Bastian, M. Pd selaku Rektor Universitas Pasir Pengaraian.
2. Bapak Arrafiqur Rahman, SE.,MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian, sekaligus selaku pembimbing II yang telah menyediakan waktu untuk membimbing dan memberikan ilmu kepada penulis sampai dengan selesainya pembuatan skripsi ini.
3. Bapak Purwantoro, SE.,M.Si selaku ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian.
4. Bapak Hidayat, SE., MM selaku pembimbing I yang telah menyediakan waktu untuk membimbing dan memberikan ilmu kepada penulis sampai dengan selesainya pembuatan skripsi ini.
5. Dosen-dosen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian yang telah banyak melimpahkan ilmunya kepada penulis selama penulis menimba ilmu di Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian.

6. Kepada Ayahanda dan ibunda tercinta yang telah memberikan nasehat, semangat, dorongan, motivasi dan do'a tanpa henti kepada penulis dalam setiap langkah. Penulis persembahkan sebagai tanda bakti penulis kepada ayahanda dan ibunda tercinta.
7. Rekan-rekan yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak memberikan andil berupa saran, kritik dan koreksi selama proses penyusunan proposal ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu kritik saran yang membangun dari berbagai pihak sangat penulis harapkan demi perbaikan-perbaikan ke depan.

Semoga segala bantuan yang tidak ternilai harganya ini mendapat imbalan di sisi Allah SWT sebagai amal ibadah, Amin.

Pasir Pengaraian, Juni 2020

Penulis

VERY SANDRIA
NIM : 1525078

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN PENGESAHAN

PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.5 Sistematika Penulisan	10

BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS

2.1 Landasan Teori	12
2.1.1 <i>Sales Promotion</i>	12
2.1.1.1 Tujuan dan Peran <i>Sales Promotion</i>	13
2.1.1.2 Alat-alat <i>Sales Promotion</i>	15
2.1.1.3 Tahapan <i>Sales Promotion</i>	17
2.1.1.4 Indikator <i>Sales Promotion</i>	19
2.1.2 <i>Personal selling</i>	21
2.1.2.1 Tahapan <i>Personal selling</i>	22
2.1.2.2 Tujuan dan Manfaat <i>Personal selling</i>	24
2.1.2.3 Keuntungan dan Kerugian <i>Personal selling</i>	25

2.1.3.4	Indikator <i>Personal selling</i>	27
2.1.3	Keputusan Pembelian.....	28
2.1.3.1	Pengertian Keputusan Pembelian.....	28
2.1.3.2	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	29
2.1.3.3	Indikator yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	31
2.2	Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	34
2.3	Kerangka Konseptual	35
2.4	Hipotesis	36

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Ruang Lingkup Penelitian	37
3.2	Populasi dan Sampel	37
3.2.1	Populasi.....	37
3.2.2	Sampel.....	37
3.3	Jenis dan Sumber Data	38
3.4	Teknik Pengambilan Data	39
3.5	Variabel Penelitian dan Defenisi Operasional.....	40
3.6	Instrumen Penelitian	41
3.6.1	Uji Validitas.....	41
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	42
3.7	Teknik Analisis Data	42
3.7.1	Analisis Deskriptif.....	42
3.7.2	Analisis Regresi Linier Berganda.....	43
3.7.3	Koefisien Determinasi (R^2).....	44
3.7.4	Pengujian Hipotesis.....	44

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	48
4.1.1	Sejarah prioritas.....	48
4.1.2	Visi dan Misi.....	49
4.1.3	Susunan Struktur PT. Prioritas.....	50

4.2	Pengujian Instrument Penelitian.....	52
4.3.1	Uji Validitas.....	52
4.3.2	Uji Reabilitas.....	53
4.3	Karakteristik Responden Penelitian.....	54
4.2.1	Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
4.2.2	Berdasarkan Umur.....	54
4.2.3	Berdasarkan Pekerjaan.....	55
4.2.4	Berdasarkan Produk yang Dibeli.....	56
4.4	Deskripsi Data Penelitian.....	57
4.4.1	Deskripsi Variabel <i>Sales Promotion</i>	57
4.4.2	Deskripsi Variabel <i>Personal Selling</i>	58
4.4.3	Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian.....	59
4.5	Uji Asumsi Klasik.....	60
4.5.1	Uji Normalitas	60
4.5.2	Uji Multikolinearitas.....	61
4.5.3	Uji Heteroskedastisitas.....	61
4.6	Analisis Regresi Linear Berganda.....	62
4.7	Koefisien Determinasi (R^2).....	63
4.8	Uji Hipotesis.....	64
4.8.1	Uji t.....	64
4.8.2	Uji F.....	66
4.9	Pembahasan.....	67

BAB V PENUTUP

5.1	Kesimpulan.....	70
5.2	Saran.....	70

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1	Data Jumlah Konsumen Prioritas Pasir Pengaraian Tahun 2014-2018.....	7
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	34
Tabel 3.1	Identifikasi Variabel Penelitian	40
Tabel 3.2	Penilaian Skor Terhadap Jawaban Kuesioner.....	41
Tabel 3.3	Nilai Tingkat Capaian Responden (TCR).....	43
Tabel 4.1	Hasil Uji Validitas.....	52
Tabel 4.2	Hasil Uji Reliabilitas.....	53
Tabel 4.3	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
Tabel 4.4	Responden Berdasarkan Umur.....	54
Tabel 4.5	Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	55
Tabel 4.6	Responden Berdasarkan Produk yang Dibeli.....	56
Tabel 4.7	TCR Variabel <i>Sales Promotion</i>	57
Tabel 4.8	TCR Variabel <i>Personal Selling</i>	58
Tabel 4.9	TCR Variabel Keputusan Pembelian.....	59
Tabel 4.10	Hasil Uji Normalitas.....	60
Tabel 4.11	Hasil Uji Multikolonieritas.....	61
Tabel 4.12	Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	62
Tabel 4.13	Hasil Koefisien Determinasi (R^2).....	64
Tabel 4.14	Hasil Uji Parsial.....	65
Tabel 4.15	Hasi Uji Simultan (Uji F).....	66

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Skema Kerangka Pemikira.....	35
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	50
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedasitas.....	62