

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN *PERSONAL*
SELLING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA UD
LANCAR PRATAMA JAYA**

**SKRIPSI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

Nama : ROSMAYA USMAN

NIM : 43109110043



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2013

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN *PERSONAL SELLING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA UD
LANCAR PRATAMA JAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar SARJANA
EKONOMI**

Program Studi Manajemen – Strata 1

Nama : ROSMAYA USMAN

NIM : 43109110043



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2013**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Rosmaya Usman

NIM : 43109110043

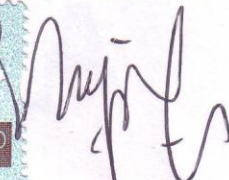
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip dari karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 10 September 2013




(Rosmaya Usman)

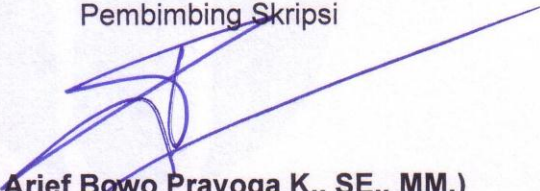
NIM. 43109110043

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Rosmaya Usman
NIM : 43109110043
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Promosi Penjualan dan *Personal Selling*
terhadap Keputusan Pembelian pada UD Lancar Pratama
Jaya
Tanggal Lulus Ujian : 10 September 2013

Disahkan Oleh :

Pembimbing Skripsi



(H. Arief Bowo Prayoga K., SE., MM.)

Dekan



(Dr. Wiwik Utami AK.,MSi.)

Ketua Program Studi Manajemen – S1



(Dr. Rina Astini, SE., MM.)

LEMBAR PENGESAHAN DEWAN PENGUJI

Skripsi

**Pengaruh Promosi Penjualan dan *Personal Selling* terhadap
Keputusan Pembelian pada UD LANCAR PRATAMA JAYA**

Dipersiapkan dan Disusun oleh :

Rosmaya Usman

43109110043

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 10 September 2013

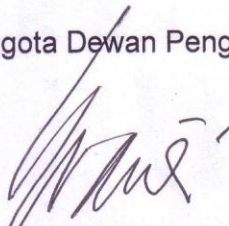
Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji/Pembimbing Skripsi



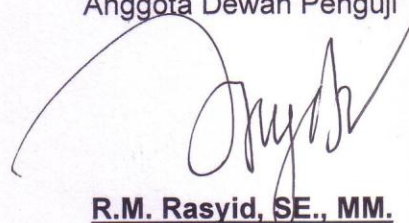
H. Arief Bowo Prayoga K, SE, MM

Anggota Dewan Penguji



Dra. Evawati Khumaedi, M.Si.

Anggota Dewan Penguji



R.M. Rasyid, SE., MM.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan yang Maha Esa yang telah melimpahkan berkat dan belas kasihNya sehingga penulis berhasil menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Promosi Penjualan dan *Personal Selling* terhadap Keputusan Pembelian pada UD Lancar Pratama Jaya”** ini dalam waktu lebih kurang 6 bulan.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi penelitian ini memiliki banyak kekurangan dan jauh dari sempurna. Baik dari segi penyusunan maupun pembahasannya. Untuk itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun guna mencapai hasil yang lebih baik.

Secara lebih khusus, penulis ingin berterima kasih kepada berbagai pihak yang telah memberi bimbingan, bantuan, dorongan dan motivasi yang tak terhingga lainnya, yaitu kepada:

1. Bapak Arisetyanto Nugroho, Dr., MM., selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Wiwik Utami, Dr., Ak.MS selaku Dekan Fakultas Manajemen dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Rina Astini, Dr., SE., MM., selaku Ketua Program Studi Strata-1 Manajemen Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Luna Haningsih, SE., ME., dan Ibu Hesti Maheswari, SE., MM., selaku Sekretaris Program studi Strata-1 Manajemen Universitas Mercu Buana.
5. Bapak H. Arief Bowo Prayoga K, SE., MM., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, saran, masukan dan koreksi dalam penyelesaian skripsi ini

6. Seluruh dosen yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan, Staf Tata Usaha dan Perpustakaan Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana.
7. Kedua orang tua, kakak dan adik penulis, atas dukungan dan doanya.
8. Daniel Kristiawan, suami dan anak-anak penulis, Linggadan Bningyang telah banyak memberikan dukungan, pengorbanan, dan doa.
9. Sahabat dan teman-teman angkatan XV tahun 2009 jurusan Manajemen Universitas Mercubuana Meruya, atas kebersamaan, dukungan, dan semangat yang diberikan.
10. Bapak Joni Janto dan Ibu Liani selaku pemilik UD Lancar Pratama Jaya serta seluruh staf karyawan Toko CooksHabit, juga kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah membantu hingga terselesaikannya skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membacanya.



Jakarta, 28 Agustus 2013

Penulis

Rosmaya Usman

43109110043

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	iii
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING SKRIPSI	iv
HALAMAN PENGESAHAN DEWAN PENGUJI	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
ABSTRAK	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Batasan Masalah	4
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian	4
1.4.1 Tujuan Penelitian	4
1.4.2 Manfaat Penelitian	5
1.4.3 Sistematika Penulisan	6
BAB II LANDASAN TEORI	8
2.1 Manajemen Pemasaran	8
2.1.1 Pengertian Pemasaran	8
2.1.2 Tujuan Pemasaran	9
2.1.3 Konsep Pemasaran	10
2.2 Bauran Pemasaran	12
2.2.1 <i>Product</i> /Produk	13
2.2.2 <i>Price</i> /Harga	14

2.2.3	<i>Place/Tempat</i>	14
2.2.4	<i>Promotion/Promosi</i>	15
2.3	Pengertian Promosi	15
2.4	Bauran Promosi	17
2.4.1	Periklanan (<i>Advertising</i>)	18
2.4.2	Penjualan Perorangan (<i>Personal Selling</i>)	19
2.4.3	Promosi Penjualan (<i>SalesPromotion</i>)	20
2.4.4	Publisitas (<i>Publicity</i>)	24
2.4.5	Pemasaran Langsung (<i>Direct Marketing</i>)	24
2.5	Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	24
2.5.1	Pengenalan Masalah	26
2.5.2	Pencarian Informasi	26
2.5.3	Evaluasi Alternatif	28
2.5.4	Keputusan Pembelian	28
2.5.5	Perilaku Pasca Pembelian	30
2.6	Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian ..	31
2.7	Pengaruh <i>Personal Selling</i> terhadap Keputusan Pembelian	32
2.8	Penelitian Terdahulu	33
2.9	Kerangka Pemikiran	35
BAB III	METODE PENELITIAN	36
3.1	Gambaran Umum	36
3.1.1	Obyek dan Lokasi Penelitian	36
3.1.2	Waktu Penelitian	36
3.1.3	Sejarah Singkat UD Lancar Pratama Jaya	37
3.1.4	Visi dan Misi UD Lancar Pratama Jaya	38
3.2	Desain Penelitian	39
3.3	Hipotesis	39
3.4	Variabel dan Skala Pengukuran	40

3.4.1	Variable Penelitian	40
a.	Variabel Independen (X)	40
b.	Variabel dependen (Y)	41
3.4.2	Skala Pengukuran	41
3.4.3	Operasional Variabel	42
3.5	Metode Pengumpulan Data	43
3.6	Populasi dan Sampel	44
3.6.1	Populasi Penelitian	44
3.6.2	Sample Penelitian	45
3.7	Metode Analisis Data	47
3.7.1	Analisis Deskriptif Kuantitatif	47
3.7.2	Uji Instrumen	47
1)	Uji Validitas	47
2)	Uji Reliabilitas	48
3)	Uji Normalitas	48
4)	Uji Regresi Berganda	49
5)	Uji T	50
6)	Uji F	50
BAB IV	ANALISIS DAN PEMBAHASAN	51
4.1	Analisis Karakteristik Responden	51
4.2	Analisis Tanggapan Responden	55
4.2.1	Promosi Penjualan (X1)	55
4.2.2	<i>Personal Selling</i> (X2)	60
4.2.3	Keputusan Pembelian (Y)	66
4.3	Analisis Variabel Penelitian	72
4.3.1	Uji Validitas	72

	4.3.2 Uji Reliabilitas	75
	4.3.3 Uji Normalitas	76
	4.3.4 Analisis Regresi	76
	4.3.5 Uji T	77
	4.3.6 Uji F	78
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	80
	5.1 Simpulan	80
	5.2 Keterbatasan Penelitian	81
	5.3 Saran	81

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Skor Skala Likert (Sugiyono, 2005)	41
Tabel 3.2	Operasional Variabel	42
Tabel 3.3	Jumlah Pelanggan dan <i>Member</i> Toko CooksHabit UD Lancar Pratama Jaya Tahun 2012	45
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	52
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Perkawinan	53
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	53
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	54
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran per bulan	54
Tabel 4.7	Tanggapan responden pada pernyataan 1 Variabel X1	55
Tabel 4.8	Tanggapan responden pada pernyataan 2 Variabel X1	56
Tabel 4.9	Tanggapan responden pada pernyataan 3 Variabel X1	57
Tabel 4.10	Tanggapan responden pada pernyataan 4 Variabel X1	58
Tabel 4.11	Rekapitulasi Hasil Data Variabel X1 (Promosi Penjualan)	59
Tabel 4.12	Tanggapan responden pada pernyataan 1 Variabel X2	60
Tabel 4.13	Tanggapan responden pada pernyataan 2 Variabel X2	61

Tabel 4.14	Tanggapan responden pada pernyataan 3 Variabel X2	62
Tabel 4.15	Tanggapan responden pada pernyataan 4 Variabel X2	63
Tabel 4.16	Tanggapan responden pada pernyataan 5 Variabel X2	64
Tabel 4.17	Rekapitulasi Hasil Data Variabel X2 (<i>Personal Selling</i>)	65
Tabel 4.18	Tanggapan responden pada pernyataan 1 Variabel Y	66
Tabel 4.19	Tanggapan responden pada pernyataan 2 Variabel Y	67
Tabel 4.20	Tanggapan responden pada pernyataan 3 Variabel Y	68
Tabel 4.21	Tanggapan responden pada pernyataan 4 Variabel Y	69
Tabel 4.22	Tanggapan responden pada pernyataan 5 Variabel Y	70
Tabel 4.23	Rekapitulasi Hasil Data Variabel Y (Keputusan Pembelian)	71
Tabel 4.24	Hasil Uji Validitas Promosi Penjualan	72
Tabel 4.25	Hasil Uji Validitas <i>Personal Selling</i>	73
Tabel 4.26	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	74
Tabel 4.27	Hasil Uji Reliabilitas Promosi Penjualan	75
Tabel 4.28	Hasil Uji Reliabilitas <i>Personal Selling</i>	75
Tabel 4.29	Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian	75
Tabel 4.30	Hasil Uji Normalitas	76

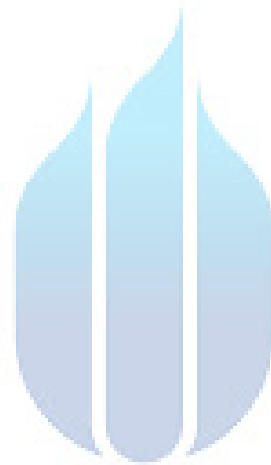
Tabel 4.31	Hasil Uji Analisis Regresi Berganda	76
Tabel 4.32	Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi	77
Tabel 4.33	Hasil Uji t (variabel X1 X2)	78
Tabel 4.34	Hasil Uji F (variabel X1 X2)	79



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Model Bauran Pemasaran	13
Gambar 2.2	Proses Keputusan Pembelian Model Lima Tahap	25
Gambar 2.3	Model sederhana mengenai pengambilan keputusan konsumen	30
Gambar 2.4	Kerangka pemikiran	35





UNIVERSITAS
MERCU BUANA