

**PENGARUH *PERSONAL SELLING* DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
CALL CENTER PT TELKOM INDONESIA TANGERANG**

SKRIPSI

Nama : Sinta Alifa Umami
NIM : 43108110018



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2013

**PENGARUH *PERSONAL SELLING* DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
CALL CENTER PT TELKOM INDONESIA TANGERANG**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
SARJANA EKONOMI
Program Studi Manajemen – Strata 1**

Nama : Sinta Alifa Umami
NIM : 43108110018



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2013**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Sinta Alifa Umami
NIM : 43108110018
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.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 26 September 2013

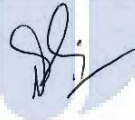


(Sinta Alifa Umami)
NIM : 43108110018

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Sinta Alifa Umami
NIM : 43108110018
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : **Pengaruh Personal Selling dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di PT. Telkom Indonesia Divre Tangerang**
Tanggal Ujian : 03 Oktober 2013

Disahkan Oleh :
Pembimbing Skripsi



(Daru Asih, SE, M.Si)

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Dekan Ketua Program Studi Manajemen



(Dr. Wiwik Utami, AK., MS.,CA)



(Dr. Rina Astini, SE, MM)

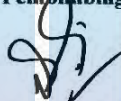
LEMBAR PENGESAHAN DEWAN PENGUJI

Skripsi
Pengaruh Personal Selling dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan
Pembelian di PT. Telkom Indonesia Divre Tangerang

Dipersiapkan dan Disusun oleh:
Sinta Alifa Umami
43103110013

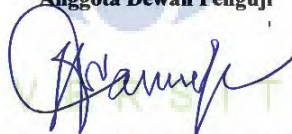
Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 3 Oktober 2013

Susunan Dewan Penguji
Ketua Penguji / Pembimbing Skripsi



(Daru Asih, SE, M.Si)

Anggota Dewan Penguji



(Drs. Hasanuddin Pasiama, M.Si)

Anggota Dewan Penguji



(Hesti Maheswari, SE, M.Si)

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Alhamdulillah Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala petunjuk, kesehatan dan rahmat yang berlimpah sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Adapun penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat di dalam memperoleh gelar Sarjana di Universitas Mercu Buana Jakarta.

Penulisan skripsi ini selesai dengan bantuan berbagai pihak yang telah membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Karenanya, penulis secara khusus mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Arisetyanto Nugroho, MM, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Bapak Yenon Orsa, Ir. MT, selaku Direktur Kelas Karyawan Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Dr. Wiwik Utami, Ak, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Arief Bowo Prayoga K., SE,MM selaku Wakil Dekan dan Pembina Kemahasiswaan Universitas Mercu Buana.
5. Ibu Dr. Rina Astini, SE,MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Strata 1 Universitas Mercu Buana.

6. Ibu Daru Asih, SE,M.Si, selaku dosen pembimbing yang telah bersedia memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.
7. Seluruh Dosen dan Staf Universitas Mercu Buana yang telah memberikan pelayanan dalam studi dan dalam pembuatan skripsi ini.
8. Pimpinan dan seluruh karyawan PT. Telkom Indonesia Divre Tangerang yang telah membantu dan mendukung dalam penulisan skripsi ini..
9. Teristimewa kepada Ayah dan Ibu ku tercinta, dan seluruh keluarga, yang telah memberikan nasehat, dukungan kasih sayang dan doa restu kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Kepada pak Nazar, bang ade lincah, om sarwo yang menjadi motivator dengan sabar memberi semangat, nasehat serta isnperasi selama ini.
11. Kakak – kakak Senior, om Bien, om Daniel, om Yoyo, om Herna, mba Sasmita, mba Meylia, mba Merry, ka Linda, mba Dede yang selalu memberi semangat,dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Teman-teman seperjuangan di kampus, mas ambon, mas adi, mba ndhit, mba feni, ka Alona, mba Diani, Najib, yang telah memberikan, dukungan serta solidaritasnya kepada penulis baik secara langsung maupun tidak langsung sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
13. Sahabat-sahabatku tercinta, mba Novy, Sofian, Makky, Didit, Ian, Dena, Agung, Mba Lisa, mba Eka, mba Manda, mba Lila, om Tyo, Gio, om faywon, kang

Daniel, Nurmala yang telah memberikan kenangan manis dalam proses menyelesaikan skripsi ini

14. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, terima kasih atas segala bantuan dan informasi yang diberikan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT memberikan pahala dan balasan yang berlipat ganda atas amal dan budi baik semua pihak tersebut di atas. Amin. Akhirnya, dari segala ketulusan hati semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Jakarta, 26 September 2013

Penulis



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

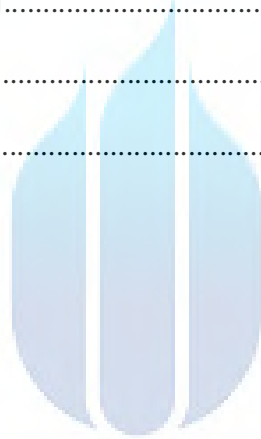
HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
ABSTRAK.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Batasan Masalah.....	7
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	7

BAB II LANDASAN TEORI	9
2.1 Pengertian Pemasaran	9
2.2 Konsep Pemasaran Holistik.....	9
2.2.1 Orientasi Pemasaran Holistik dan Nilai Pelanggan	9
2.2.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	11
2.3 Bauran Pemasaran.....	12
2.4 Pengertian <i>Personal Selling</i>	14
2.1.1 Tujuan <i>Personal Selling</i>	16
2.4.2 Kriteria <i>Personal Selling</i>	17
2.4.3 Faktor – Faktor yang mempengaruhi <i>Personal Selling</i>	18
2.4.4 Strategi <i>Personal Selling</i>	19
2.4.5 Keuntungan Dan Kelemahan <i>Personal Selling</i>	21
2.4.6 Aspek Utama Dalam Teknik <i>Personal Selling</i>	23
2.5 Kualitas Pelayanan.....	29
2.5.1 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan.....	34
2.6 Pengertian Keputusan Pembelian.....	35
2.6.1 Pihak – Pihak Yang Terlibat Dalam Keputusan Pembelian	36

2.6.2	Faktor Keputusan Pembelian.....	37
2.6.3	Proses Keputusan Pembelian.....	41
BAB III. METODE PENELITIAN.....		39
3.1	Obyek Penelitian.....	45
3.1.1	Lokasi Penelitian.....	46
3.1.2	Design Penelitian.....	46
3.2	Hipotesis.....	47
3.3	Variabel dan Skala Pengukuran.....	48
3.3.1	Variabel.....	48
3.3.2	Definisi Operasional Variabel.....	49
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	52
3.5	Jenis Data.....	53
3.6	Populasi dan Sampel.....	53
3.7	Metode Analisa Data.....	54
3.7.1	Uji Validitas.....	54
3.7.2	Uji Reabilitas.....	55
3.7.3	Asumsi Klasik.....	56
3.7.4	Uji Multikolinearitas.....	57
3.7.5	Uji Autokorelasi.....	57
3.7.6	Uji Heteroskedastisitas.....	58
3.7.7	Uji Normalitas.....	59

3.7.8 Uji Regresi Linier Berganda.....	59
3.7.9 Pengujian Koefisien Persamaan Regresi.....	60
BAB IV. ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	62
4.1 Karakteristik Responden.....	63
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	63
4.1.2 Usia Responden.....	64
4.1.3 Pendidikan Terakhir Responden.....	64
4.1.4 Pekerjaan Responden.....	65
4.2 Analisa <i>Personal Selling</i> pada PT. Telkom Indonesia Divre Tangerang.....	66
4.3 Analisis Kualitas Pelayanan pada PT. Telkom Indonesia Divre Tangerang.....	70
4.4 Analisis Keputusan Pembelian pada PT. Telkom Indonesia Divre Tangerang.....	72
4.5 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	75
4.5.1 Uji Validitas.....	75
4.5.2 Uji Realibilitas.....	78
4.6 Uji Asumsi Klasik.....	79
4.6.1 Uji Normalitas.....	79
4.6.2 Uji Heterokedastisitas.....	80

4.7 Analisis Pengaruh <i>Personal Selling</i> dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	81
4.7.1 Koefisien Determinasi.....	81
4.7.2 Pengujian Hipotesis.....	81
 BAB V. SIMPULAN DAN SARAN.....	 85
5.1 KESIMPULAN.....	85
5.2 SARAN.....	86
DAFTAR PUSTAKA.....	88



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skor Jawaban Dari Pertanyaan Tentang <i>Personal Selling</i> dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	49
Tabel 3.2 Operasional Variabel <i>Personal Selling</i> (X_1).....	50
Tabel 3.3 Operasional Variabel Kualitas Pelayanan (X_2).....	51
Tabel 3.4 Operasional Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	51
Tabel 3.4 Operasional Variabel Keputusan Pembelian (Y) (Lanjutan).....	52
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	63
Tabel 4.2 Usia Responden.....	64
Tabel 4.3 Pendidikan Terakhir Responden.....	65
Tabel 4.4 Pekerjaan Responden.....	66
Tabel: 4.5 Rekapitulasi Pernyataan Responden Variabel <i>Personal Selling</i>	67
Tabel: 4.6 Rekapitulasi Pernyataan Responden Variabel Kualitas Pelayanan.....	71
Tabel: 4.7 Rekapitulasi Pernyataan Responden Variabel Keputusan Pembelian.....	73
Tabel: 4.8 Uji Validitas Terhadap Variabel (<i>Personal Selling</i>).....	75
Tabel 4.9 Uji Validitas Terhadap Variabel (Kualitas Pelayanan).....	76
Tabel 4.10 Uji Validitas Terhadap Variabel (Keputusan Pembelian).....	77
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas <i>Personal Selling</i>	78
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan.....	78

Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian.....	78
Tabel 4.14 Hasil Analisis Model Summary.....	79
Tabel 4.15 Uji F / Serempak.....	81
Tabel 4.16 Uji t / Parsial.....	83



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tujuh Langkah Dalam <i>Personal Selling</i>	25
Gambar 2.2 Proses Keputusan Pembelian.....	41
Gambar 2.3 Rerangka Berpikir	44
Gambar 2.4 Model Konsep.....	45
Gambar 4.1 Grafik <i>Scatterplot</i>	80
Gambar 4.2 Grafik Uji Hipotesis Daerah Penerimaan Dan Penolakan Hodengan $\alpha/2$ Dan Dua Sisi X_1 (<i>Personal Selling</i>).....	84
Gambar 4.3 Grafik Uji Hipotesis Daerah Penerimaan Dan Penolakan Hodengan $\alpha/2$ Dan Dua Sisi X_2 (Kualitas Pelayanan).....	84