

**PENGARUH HARGA DAN PERSONAL SELLING  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PART ACCESORIES  
TOYOTA AVANZA PADA AUTO2000 DENGAN BRAND  
SEBAGAI VARIABEL MODERATING**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi  
Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta**



**Nama : Imam**

**Nim : 43112320079**

**Program Studi Manajemen  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2016**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Imam

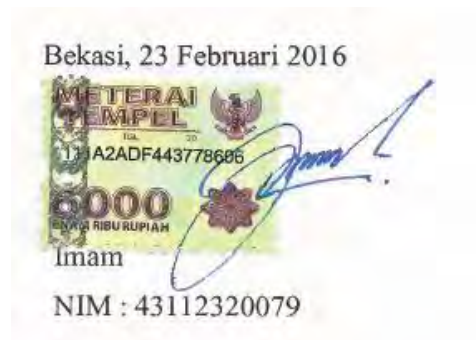
NIM : 43112320079

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“PENGARUH HARGA DAN PERSONAL SELLING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PART ACCESORIES TOYOTA AVANZA PADA AUTO2000 DENGAN BRAND SEBAGAI VARIABEL MODERATING”** adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan / tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas, dengan ini saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya .



## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Imam  
NIM : 43112320079  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Harga dan Personal Selling Terhadap  
Keputusan Pembelian Part Accesories Toyota Avanza  
Pada Auto2000 Dengan Brand sebagai Variabel  
Moderating  
Tanggal Lulus Ujian : 23 Februari 2016

Disahkan Oleh :

Pembimbing,



**Dra. Yanti Murni, MM**

Tanggal : 27 Februari 2016

Ketua Penguji



**Hirdinis M, SE, MM.**

Tanggal : 27 Februari 2016

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,  
S1 Manajemen,



**Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak, MS, CA**

Tanggal : 27 Februari 2016

Ketua Program Studi



**Dr. Rina Astini, SE, MM**

Tanggal : 27 Februari 2016

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Harga dan Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian Part Accesories Toyota Avanza Pada Auto2000 Dengan Brand Sebagai Variabel Moderating“. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Ibu Dra. Yanti Murni, MM selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ucapkan Alkhamdulillah atas kekuatan Allah SWT yang telah memberikan anugraha-Nya dan terima kasih untuk semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak., MS, CA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

3. Ibu Dr. Rina Astini, SE. MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Hirdinis M, SE, MM, selaku Ketua Penguji Sidang
5. Bapak Agus Arijanto, SE, MM selaku Penguji I
6. Ibu Dra. Yanti Murni, MM selaku Penguji II dan selaku dosen Pembimbing
7. Staff tata usaha universitas yang telah membantu dalam terselenggaranya skripsi ini.
8. Keluarga tercinta, Bapak (Alm), Ibu, istri, anak (Rasyad) dan kaka yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan yang tidak henti-hentinya kepada saya serta memberikan inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Pihak-pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, motivasi dan do'anya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.

Bekasi, 23 Februari 2016

Imam  
43112320079

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI</b> .....	i
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>ABSTRAK</b> .....	iii
<b>ABSTRACT</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Penelitian .....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian .....	7
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian.....	7
1. Tujuan Penelitian .....	7
2. Kontribusi Penelitian.....	8
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b>	
A. Kajian Pustaka.....	10
1. Pengertian Harga.....	10
2. Pengertian Personal Selling.....	15
3. Pengertian Keputusan Pembelian.....	17
4. Pengertian Brand.....	22
5. Penelitian Terdahulu .....	24
B. Rerangka Pemikiran .....	26
C. Hipotesis .....	26
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Waktu dan Tempat Penelitian .....	28
B. Desain Penelitian .....	28
C. Definisi Operasional Variabel.....	29

1. Definisi Variabel .....	29
2. Operasional Variabel .....	30
D. Pengukuran Variabel .....	31
E. Populasi dan Sampel Penelitian .....	36
1. Populasi Penelitian .....	36
2. Sampel Penelitian .....	37
F. Teknik Pengumpulan Data .....	38
G. Metode Analisis .....	39
1. Metode Analisis Statistik Deskriptif .....	39
2. Uji Kualitas Data .....	42
3. Uji Asumsi Klasik .....	44
4. Uji Analisis Regresi Linear Berganda .....	48
5. Uji Hipotesis .....	49
6. Uji Analisis Regresi Moderasi .....	50
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	51
1. Gambaran Umum Perusahaan .....	51
2. Jenis Usaha .....	52
3. Struktur Organisasi .....	54
4. Karakteristik Profil Responden .....	55
B. Uji Statistik Deskriptif .....	58
1. Hasil Uji Statistik Deskriptif Harga .....	59
2. Hasil Uji Statistik Deskriptif Personal Selling .....	60
3. Hasil Uji Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian .....	61
4. Hasil Uji Statistik Deskriptif Brand .....	62
5. Hasil Uji Statistik Deskriptif .....	63
C. Hasil Uji Kualitas Data .....	63
1. Hasil Uji Validitas .....	63
2. Hasil Uji Realiabilitas .....	66
D. Hasil Uji Asumsi Klasik .....	67
1. Hasil Uji Normalitas .....	67
2. Hasil Uji Multikolonieritas .....	69
3. Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	70
E. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda .....	71
F. Hasil Uji Hipotesis .....	73
1. Uji Signifikasi Simultan (Uji Statistik f) .....	73
2. Uji Signifikasi Parameter Individual (Uji Statistik t) .....	74
G. Hasil Uji Analisis Regresi Moderasi .....	76
1. Hasil Uji Regresi Moderasi $X_1$ terhadap Y dimoderasi Z .....	76
2. Hasil Uji Regresi Moderasi $X_2$ terhadap Y dimoderasi Z .....	77

H. Pembahasan.....	81
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Simpulan.....	85
B. Saran.....	86
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>88</b>
<b>LAMPIRAN</b>	





## DAFTAR TABEL

1.1	Tabel Jumlah Penjualan Part Accesories Dki 1, Dki 2 dan Dki 3.....	5
1.2	Tebel Persentase Penjualan Part Accesories Dki 1, Dki 2 dan Dki 3 .....	6
2.1	Tebel Penelitian Terdahulu .....	24
3.1	Tabel Pengukuran Variabel, Dimensi dan Indikator.....	31
4.1	Tabel Tingkat Pengembalian Kuisisioner.....	55
4.2	Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	56
4.3	Tabel Karakteristik Responden Bedasarkan Usia .....	57
4.4	Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	57
4.5	Tabel karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan .....	58
4.6	Tabel Statistik Deskriptif Harga.....	59
4.7	Tabel Statistik Deskriptif Personal Selling .....	60
4.8	Tabel Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian .....	61
4.9	Tabel Statistik Deskriptif Brand.....	62
4.10	Tabel Statistik Deskriptif .....	63
4.11	Tabel Uji Validitas Variabel Harga.....	64
4.12	Tabel Uji Validitas Variabel Personal Selling .....	65
4.13	Tabel Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian .....	65
4.14	Tabel Uji Validitas Variabel Brand.....	66
4.15	Tabel Hasil Uji Reliabilitas.....	67
4.16	Tabel Hasil Uji Multikolonieritas .....	69
4.17	Tabel Analisis Regresi Liner Berganda .....	72
4.18	Tabel Uji Signifikasi Simultan .....	73
4.19	Tabel Uji Signifikasi Parameter Individual .....	75

4.20 Tabel Uji Regresi Moderasi ( $X_1*Z$ ).....	76
4.21 Tabel Uji Regresi Moderasi ( $X_2* Z$ ).....	77



## DAFTAR GAMBAR

2.1 Gambar Rerangka Pemikiran .....	26
4.1 Gambar Struktur Oraganisasi .....	54
4.2 Gambar Normal Probability Plot .....	68
4.3 Gambar Grafik Scatterplot .....	71



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner .....	89
Lampiran 2	Hasil Kuesioner .....	94
Lampiran 3	Hasil Statistik Deskriptif Harga.....	97
Lampiran 4	Hasil Statistik Deskriptif Personal Selling .....	97
Lampiran 5	Hasil Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian .....	98
Lampiran 6	Hasil Statistik Deskriptif Brand.....	98
Lampiran 7	Hasil Statistik Deskriptif .....	99
Lampiran 8	Hasil Uji Validitas .....	99
Lampiran 9	Hasil Uji Realibilitas .....	101
Lampiran 10	Uji Asumsi Klasik .....	101
Lampiran 11	Analisis Regresi Linear Berganda .....	103
Lampiran 12	Hasil Uji Hipotesis.....	103

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA