

**PENGARUH PERSONAL SELLING, SALES PROMOTION DAN
PENDISTRIBUSIAN TERHADAP BRAND AWARENESS PRODUK**

iCLEAN PT XC CLEANINDO

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi**

Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta



Nama : Erna Nova Dyah Kusumawatie

NIM : 43111110051

Program Studi Manajemen

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2015

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Erna Nova Dyah Kusumawatie

Nim : 43111110051

Program studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil 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, 9 Juli 2015



Erna Nova Dyah Kusumawatie
NIM : 43111110051

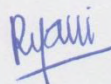
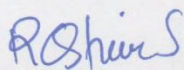
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Erna Nova Dyah Kusumawatie
Nim : 43111110051
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Personal Selling, Sales Promotion dan
Pendistribusian Terhadap *Brand Awareness* produk
iCLEAN PT XC Cleanindo
Tanggal Lulus Ujian : 13 Juli 2015

Disahkan Oleh :

Pembimbing

Ketua Penguji,

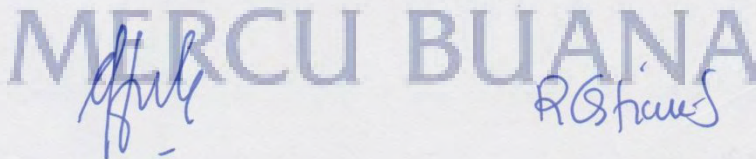


Dr. Rina Astini MM
Tanggal : 12/8 2015

Rvani Dhyan Parashakti, SE., MM
Tanggal : 29 Juli 2015

Dekan

Ketua Program Studi
S1 Manajemen



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak., MS., CA
Tanggal : 12-8-2015

Dr. Rina Astini MM
Tanggal : 12/8 2015

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “**Pengaruh *Personal Selling, Sales Promotion, dan Pendistribusian terhadap Brand Awareness* produk iCLEAN PT XC Cleanindo**”. 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 Dr. Rina Astini, MM selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis haturkan Alhamdulillah atas kekuatan Allah SWT yang telah mencurahkan anugerahnya dan ingin berterima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Ibunda tersayang dan empat kakak saya yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberi semangat dan memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak., MS., CA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Dr. Rina Astini, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana sekaligus dosen pembimbing penulis.
5. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.

6. Teman-teman yang tergabung dalam *Fun and Fabulous Team* yang selalu menjaga kebersamaan dari semester 1, memberikan semangat satu sama lain, doa dan dukungan untuk segera menyelesaikan skripsi ini di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana
7. Pihak-pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, motivasi serta doanya.

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.

Jakarta, 9 Juli 2015



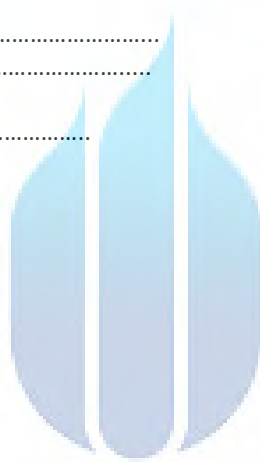
UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Erna Nova Dyah Kusumawatie

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian.....	6
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian.....	6
1. Tujuan Penelitian.....	6
2. Kontribusi Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
A. Kajian Pustaka.....	8
1. Teori Pemasaran.....	8
2. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	10
3. Pengertian Bauran Pemasaran.....	12
4. Pengertian Brand Awareness.....	21
B. Rerangka Pemikiran.....	33
C. Hipotesis.....	34
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	36
B. Desain Penelitian.....	36
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	36
D. Pengukuran Variabel.....	38
E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	40
F. Teknik Pengumpulan Data.....	41
G. Metode Analisis.....	41
1. Analisis Instrumen	
a. Uji Validitas.....	42
b. Uji Realibilitas.....	42
2. Uji Asumsi Klasik.....	43
a. Uji Multikolonieritas.....	43
b. Uji Heteroskedastisitas.....	43
3. Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	44
4. Uji Hipotesis.....	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	47
1. Tempat dan Waktu Penelitian.....	47
B. Visi dan Misi Objek Penelitian.....	47
C. Karakteristik Profil Responden.....	48
a. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
b. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	48
c. Deskripsi Responden Berdasarkan Lama Menjabat di Posisi saat	49

ini.....	
D. Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	49
E. Hasil Uji Kualitas Data.....	60
1. Hasil Uji Validitas.....	60
2. Hasil Uji Realibilitas.....	61
F. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	62
1. Hasil Uji Normalitas.....	62
2. Hasil Uji Multikolonieritas.....	63
3. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	64
G. Analisis Pengaruh <i>Personal Selling, Sales Promotion</i> dan Distribusi terhadap <i>Brand Awareness</i>	65
1. Persamaan Regresi Linear Berganda.....	66
H. Hasil Uji Hipotesis.....	67
1. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	67
2. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji-t).....	68
3. Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	68
I. Pembahasan Hasil Penelitian.....	69
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
A. Simpulan.....	73
B. Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA.....	77
LAMPIRAN	



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

No.	Keterangan	Halaman
1.1	Pertumbuhan Omset Penjualan <i>Hygiene and Sanitation Products</i> di Indonesia.....	3
2.1	Intisari Perbedaan Antara Penjualan dan Pemasaran.....	9
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	48
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjabat di Posisi Saat Ini.....	49
4.4	Distribusi Frekuensi Variabel <i>Personal Selling</i>	50
4.5	Distribusi Frekuensi Variabel <i>Sales Promotion</i>	53
4.6	Distribusi Frekuensi Variabel Pendistribusian.....	55
4.7	Distribusi Frekuensi Variabel <i>Brand Awareness</i>	57
4.8	Hasil Uji Validitas X1,X2,X3 dan Variabel <i>Brand Awareness</i> Y.....	60
4.9	Hasil Uji Realibilitas.....	62
4.10	Hasil Uji Normalitas.....	63
4.11	Hasil Uji Multikolinearitas.....	64
4.12	Hasil Analisa Regresi Linier Berganda.....	66
4.13	Hasil Koefisien Determinasi (R^2).....	67
4.14	Hasil uji F.....	69

DAFTAR GAMBAR

No.	Keterangan	Halaman
1.1	Pertumbuhan Akomodasi, Kamar dan Tempat Tidur Hotel Berbintang di Indonesia 2009-2012.....	2
2.1	Alat-alat bauran pemasaran.....	13
2.2	Piramida <i>Awareness</i>	30
2.3	Rerangka Pemikiran.....	34
4.1	Grafik Scatterplot.....	65

