

**ANALISIS HUBUNGAN PERIKLANAN, PROMOSI PENJUALAN,
PENJUALAN PERSONAL DAN PENJUALAN LANGSUNG
DENGAN KEPUTUSAN MEMBELI HYUNDAI MOBIL
(Studi Kasus Hyundai Mobil Indonesia – Kalimantan)**

OLEH :

ANDRE IRAWAN
21090178



**SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN
PERSYARATAN MENJADI SARJANA EKONOMI
PROGRAM STUDI STRATA-1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2015**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul :

ANALISIS HUBUNGAN PERIKLANAN, PROMOSI PENJUALAN, PENJUALAN PERSONAL DAN PENJUALAN LANGSUNG DENGAN KEPUTUSAN MEMBELI HYUNDAI MOBIL (Studi Kasus Hyundai Mobil Indonesia – Kalimalang)

yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari skripsi yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 18 Februari 2015



Andre Irawan
NPK 21090178

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul :

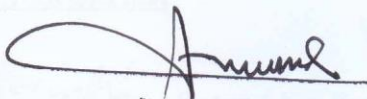
**ANALISIS HUBUNGAN PERIKLAMAN, PROMOSI
PENJUALAN, PENJUALAN PERSONAL DAN
PENJUALAN LANGSUNG DENGAN KEPUTUSAN
MEMBELI HYUNDAI MOBIL
(Studi kasus Hyundai mobil Indonesia – Kalimantan)**

Dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Ekonomi (SE) di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu ekonomi Indonesia (STEI). Skripsi ini ditulis dibawah bimbingan Drs. Sumitro, MSc dan diketahui oleh Kepala Program Studi S-1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai skripsi di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).

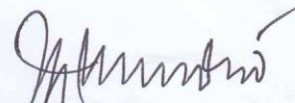
Jakarta, 18 Februari 2015

Menyetujui
Pembimbing,

Mengetahui
Kepala Program Studi S-1 Manajemen,



Drs. Sumitro, Msc



Drs. Budiono, M.Sc

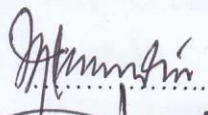




PANITIA PENGUJI SKRIPSI

Skripsi dengan judul :

ANALISIS HUBUNGAN PERIKLANAN, PROMOSI PENJUALAN, PENJUALAN PERSONAL DAN PENJUALAN LANGSUNG DENGAN KEPUTUSAN MEMBELI HYUNDAI MOBIL

Telah diuji dalam suatu sidang skripsi yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STEI), Pada tanggal 18 Februari 2015 dengan nilai B

Panitia Ujian Skripsi

1.  Ketua (Ka. Prodi S-1 Manajemen : Drs. Budiono, M.Sc)
2.  Sekretaris (Sekretaris S-1 Manajemen : Drs. Sumitro, M.Sc)
3.  Pembimbing : Drs. Sumitro, M.Sc
4.  Anggota Penguji : Drs. Iskandar Z Alwi, MM
5.  Anggota Penguji : Rama Chandra, SE. ME

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas berkat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).

Skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga segala macam kendala yang dihadapi dapat diatasi dengan baik. Pada kesempatan ini, peneliti sampaikan ungkapan terima kasih yang setulusnya kepada :

1. Bapak Drs. Sumitro, M.Sc. selaku pembimbing dan juga Sekertaris Program Studi S-1 manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), atas waktu dan kesabaran yang telah membimbing pembuatan skripsi ini.
2. Bapak Drs. Ridwan Maronrong MSc. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia(STEI)
3. Bapak Drs. Budiono, MSc. selaku Kepala Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).
4. Segenap dosen di Program Studi S-1 Manajemen, STEI, atas ilmu yang telah diberikan selama penulis menyelesaikan studi.
5. Orang tuaku Melly Kamelia dan saudara kandungku Abdul malik dan Wulan Eka Putri yang selalu memberikan dukungan moril dan materiil.
6. Manajemen Hyundai kalimalang yang menjadikan inspirasi dalam skripsi ini.
7. Para Konsumen Hyundai kalimalang yang telah membantu untuk proses skripsiku.

kekuarangan/kelemahan. Untuk itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk penyempurnaan skripsi ini.

Jakarta, 7 Februari 2014

Andre Irawan

NPK 21090178

<p>Andre Irawan NPK 21090178 Program Studi S-1 Manajemen</p>	<p>Dosen Pembimbing : Drs. Sumitro, M.Sc</p>
<p>ANALISIS HUBUNGAN PERIKLANAN, PROMOSI PENJUALAN, PENJUALAN PERSONAL DAN PENJUALAN LANGSUNG DENGAN KEPUTUSAN MEMBELI HYUNDAI MOBIL</p>	
<p>ABSTRAK</p> <p>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar Hubungan (Periklanan (X1), promosi penjualan (X2), penjualan personal dan Penjualan langsung(X4) dengan Keputusan membeli Hyundai mobil (Y). Dalam penelitian ini menggunakan data primer. Untuk alat analisisnya menggunakan koefisien korelasi parsial dan berganda serta pengujian hipotesis</p> <p>Hasil perhitungan korelasi parsial X_1 dengan Y sebesar 0.451, yang berarti hubungan Periklanan dengan Keputusan membeli Hyundai mobil adalah Sedang dengan hubungan yang bersifat positif atau searah. Nilai korelasi parsial X_2 dengan Y sebesar 0.164, yang berarti hubungan Promosi penjualan dengan Keputusan membeli Hyundai mobil, adalah sangat lemah dengan hubungan yang bersifat positif atau searah. Nilai korelasi parsial X_3 dengan Y sebesar 0.738, yang berarti hubungan Penjualan personal dengan Keputusan membeli Hyundai mobil adalah kuat dengan hubungan yang bersifat positif atau searah. Nilai korelasi parsial X_4 dengan Y sebesar 0.151, yang berarti hubungan Penjualan langsung dengan Keputusan membeli Hyundai mobil adalah sangat lemah dengan hubungan yang bersifat positif atau searah.</p> <p>Dari hasil perhitungan koefisien korelasi berganda sebesar 0.929, menunjukkan Pengaruh antara Periklanan, Promosi Penjualan, Penjualan personal, dan penjualan langsung dengan Keputusan membeli Hyundai mobil adalah Sangat tinggi dengan hubungan yang bersifat positif atau searah.</p> <p>Pengujian hipotesis secara parsial dan stimulant dengan $\alpha = 5\%$ menunjukkan adanya hubungan yang positif dan signifikan (searah) antara periklanan, promosi penjualan, penjualan personal dan penjualan langsung dengan Keputusan membeli Hyundai mobil.</p>	
<p><i>Kata Kunci: Periklanan, Promosi penjualan, penjualan personal, penjualan langsung dan Keputusan membeli Hyundai mobil</i></p>	

DAFTAR ISI

	Halaman
SAMPUL DALAM	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PANITIA PENGUJI SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK SKRIPSI	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Masalah Penelitian	1
1.1.1. Latar belakang masalah	1
1.1.2. Rumusan masalah pokok	3
1.1.3. Spesifikasi masalah pokok penelitian	3
1.1.4. Hipotesis Penelitian	4
1.2. Kerangka Teori	4
1.2.1. Identifikasi variabel-variabel penelitian	4
1.2.2. Uraian konseptual tentang variabel	4
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	5
1.3.1. Tujuan penelitian	5
1.3.2. Kegunaan penelitian	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	6
2.1. Review hasil-hasil penelitian terdahulu	6
2.2. Kajian Teori	11
2.2.1. Pemasaran Produk	11

2.2.2. Bauran Pemasaran	15
2.2.3. Konsep Promosi	18
2.2.4. Periklanan	20
2.2.5. Promosi Penjualan	24
2.2.6. Penjualan Personal	26
2.2.7. Penjualan Langsung	28
2.2.8. Konsep Pengambilan keputusan Pembelian.....	29
BAB III PROSEDUR PENELITIAN	32
3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian	32
3.2. Strategi dan Metode Penelitian	32
3.3. Populasi dan Sampel Penelitian	33
3.3.1. Populasi Penelitian	33
3.3.2. Sampel Penelitian	33
3.4. Jenis dan sumber Data	33
3.5. Metode Pengumpulan Data	34
3.6. Indikator Variabel Penelitian	34
3.7. Metode Analisi Data	39
3.7.1. Pengolahan Data	39
3.7.2. Analisis Statistik Data	40
3.7.3. Uji Hipotesis	45
BAB IV HASIL – HASIL PENELITIAN	49
4.1. Deskripsi Perusahaan	49
4.2. Deskripsi Karakteristik Responden.....	50
4.3 Hasil Pengujian Instrumen Penelitian.....	56
4.3.1 Uji Validitas.....	58
4.3.2 Uji Reabilitas.....	59
4.2. Analisis Statistik Data.....	60
4.4.1. Analisis Koefisien Korelasi Partial	60
4.4.2. Analisis Koefisien Korelasi Berganda	61

4.4.3 Uji Hipotesis.....	62
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	66
5.1. Kesimpulan	66
5.2. Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN	72

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Indikator Penelitian.....	35
Tabel 3.2 Interpretasi koefisien korelasi.....	45
Tabel 4.1 Distribusi Responden menurut Umur.....	50
Tabel 4.2 Distribusi Responden menurut Jenis Kelamin.....	51
Tabel 4.3 Distribusi Responden menurut Pekerjaan.....	52
Tabel 4.4 Validitas Variabel Peiklanan (X_1).....	56
Tabel 4.5 Validitas Variabel Promosi penjualan (X_2).....	56
Tabel 4.6 Validitas Variabel Penjualan Personal (X_3).....	57
Tabel 4.7 Validitas Variabel Penjualan Langsung (X_4).....	57
Tabel 4.8 Validitas Variabel Keputusan membeli Hyundai Mobil (Y).	58

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Konsep Pengambilan Keputusan Pembelian Produk.....	35
Gambar 4.1 Diagram Skala Likert Peiklanan (X_1)	53
Gambar 4.2 Diagram Skala Likert Promosi Penjualan (X_2)	53
Gambar 4.3 Diagram Skala Likert Penjualan Personal (X_3)	54
Gambar 4.4 Diagram Skala Likert Penjualan Langsung (X_4)	54
Gambar 4.5 Diagram Skala Likert Keputusan membeli Hyundai Mobil (Y)	55