

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN PENJUALAN
PRIBADI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MOBIL DAIHATSU XENIA PADA PAMERAN
DI BLU PLAZA BEKASI**

SKRIPSI

**MOHAMAD ERVIN SUBEKTI
2114600490**



**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2021**

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN PENJUALAN
PRIBADI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MOBIL DAIHATSU XENIA PADA PAMERAN
DI BLU PLAZA BEKASI**

SKRIPSI

**MOHAMAD ERVIN SUBEKTI
2114600490**



**SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN
PERSYARATAN MENJADI SARJANA MANAJEMEN**

**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2021**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Karya Ilmiah dengan judul :

PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN PENJUALAN PRIBADI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL DAIHATSU XENIA PADA PAMERAN DI BLU PLAZA BEKASI

yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari karya ilmiah yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan STEI dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya. Jika dikemudian hari dapat dibuktikan bahwa terdapat unsur tiruan, duplikasi ataupun plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jakarta, Februari 2021

MATERAI 6000

Mohamad Ervin Subekti
NPM 2114600490

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Karya ilmiah dengan judul :

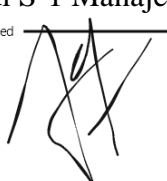
PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN PENJUALAN PRIBADI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL DAIHATSU XENIA PADA PAMERAN DI BLU PLAZA BEKASI

dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Karya Ilmiah ini ditulis di bawah bimbingan Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc. dan diketahui oleh Kepala Program Studi S-1 Manajemen Muhammad Ramaditya, BBA.,M.Sc, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai karya ilmiah pada Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.

Jakarta, Februari 2021

Pembimbing,
digitally signed

Muhammad Ramaditya, BBA.,M.Sc.

Kepala Program Studi S-1 Manajemen,
digitally signed

Muhammad Ramaditya, BBA.,M.Sc.



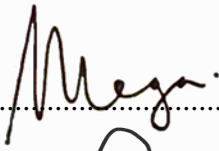
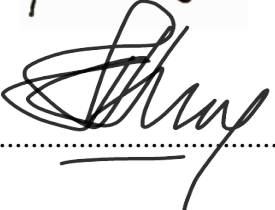
HALAMAN PENGESAHAN

Karya ilmiah dengan judul :

PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN PENJUALAN PRIBADI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL DAIHATSU XENIA PADA PAMERAN DI BLU PLAZA BEKASI

telah diuji dalam suatu sidang Karya Ilmiah yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi pada tanggal **Februari 2021** dengan nilai **A**

Panitia Ujian Karya ilmiah

1. ; Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc.
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)
2. ; Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc.
(Pembimbing)
3. ; Megayani, SE., MM
(Anggota Penguji)
4. ; Sri Handoko Sakti, SE., MMTr
(Anggota Penguji)

KATA PENGANTAR

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

Karya ilmiah ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga semua kendala yang dihadapi dapat diatasi dengan baik. Pada kesempatan ini disampaikan ungkapan terima kasih yang setulusnya kepada :

1. Bapak Muhammad Ramaditya, BBA.,M.Sc. selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu dalam memberikan petunjuk dan koreksi atas penelitian skripsi ini.
2. Bapak dan selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama proses sidang.
3. Bapak Drs Ridwan Maronrong, M.Sc., selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).
4. Bapak Dr. Anhar, M.Sc., SE., Ak., CA selaku Kepala Departemen Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
5. Bapak Muhammad Ramaditya, BBA.,M.Sc. selaku Kepala Prodi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
6. Seluruh dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia yang telah memberikan ilmu Manajemen dan ilmu penunjang lainnya.
7. Pimpinan PT Armada Autor Tara, terima kasih sudah memberikan izin dan mensupport penulis dalam melakukan penelitian ini.
8. Kedua orang tua tercinta yang selalu mendoakan dan memberikan semangat serta dukungan lahir batin, dan terima kasih atas nasehatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa dalam karya ilmiah ini masih terdapat kekurangan/kelemahan. Untuk itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran untuk penyempurnaan karya ilmiah ini.

Jakarta, Februari 2021

Mohamad Ervin Subekti
NPM 2114600490

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Mohamad Ervin Subekti
NPM : 2114600490
Program Studi : S1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN PENJUALAN PRIBADI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL DAIHATSU XENIA PADA PAMERAN DI BLU PLAZA BEKASI

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) merawat, dan mempublikasikan Karya Ilmiah saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : Februari 2021

Yang menyatakan,

ttd

MOHAMAD ERVIN SUBEKTI

Mohamad Ervin Subekti
NPM : 2114600490
Program Studi S-1 Manajemen

Dosen Pembimbing :
Muhammad Ramaditya, BBA.,M.Sc.

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN PENJUALAN PRIBADI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL DAIHATSU XENIA
PADA PAMERAN DI BLU PLAZA BEKASI**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh promosi penjualan dan penjualan pribadi terhadap keputusan pembelian mobil Daihatsu Xenia pada pameran di BLU Plaza Bekasi.

Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi penelitian asosiatif kuantitatif dan Metode penelitian yang digunakan adalah survei. Populasi dalam penelitian ini adalah pembeli mobil Daihatsu Xenia PT. Armada Auto Tara cabang Kalimantan yang mengadakan pameran di BLU Plaza Bekasi. Sampel menggunakan indikator sehingga sampel yang sebanyak 70 responden.

Berdasarkan hasil dan pembahasan menunjukkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh signifikan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian mobil Daihatsu Xenia pada pameran di BLU Plaza Bekasi ; secara parsial terdapat pengaruh signifikan penjualan pribadi terhadap keputusan pembelian mobil Daihatsu Xenia pada pameran di BLU Plaza Bekasi serta secara berganda terdapat pengaruh signifikan promosi penjualan dan penjualan pribadi terhadap keputusan pembelian mobil Daihatsu Xenia pada pameran di BLU Plaza Bekasi.

Kata kunci : Promosi Penjualan, Penjualan Pribadi, Keputusan Pembelian

Mohamad Ervin Subekti
NPM : 2114600490
Program Studi S-1 Manajemen

Supervisor:
Muhammad Ramaditya, BBA.,M.Sc.

***THE INFLUENCE OF PERSONAL SALES AND SALES PROMOTION ON
DAIHATSU XENIA CAR PURCHASE DECISION
AT EXHIBITION AT BLU PLAZA BEKASI***

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the effect of sales promotions and personal sales on purchasing decisions for Daihatsu Xenia cars at exhibitions at BLU Plaza Bekasi.

The strategy used in this research is quantitative associative research strategy and the research method used is a survey. The population in this study were buyers of Daihatsu Xenia PT. Armada Auto Tara Kalimantan branch which held an exhibition at BLU Plaza Bekasi. The sample uses indicators so that the sample is 70 respondents.

Based on the results and discussion, it shows that partially there is a significant effect of sales promotion on the decision to buy a Daihatsu Xenia car at an exhibition at BLU Plaza Bekasi; Partially, there is a significant effect of personal sales on the decision to purchase a Daihatsu Xenia car at the exhibition at BLU Plaza Bekasi and multiplied there is a significant effect of sales promotion and personal sales on the decision to buy a Daihatsu Xenia car at the exhibition at BLU Plaza Bekasi.

Keywords: Sales Promotions, Personal Sales, Purchasing Decisions

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vii
ABSTRAK.....	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1. Review Hasil-hasil Penelitian Terdahulu.....	9
2.2. Landasan Teori.....	15
2.2.1. Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>)	15
2.2.2. Penjualan Personal (<i>Personal selling</i>)	19
2.2.3. Keputusan Pembelian.....	29

	Halaman
2.3. Keterkaitan antar Variabel	34
2.3.1. Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian	34
2.3.2. Pengaruh Penjualan Pribadi terhadap Keputusan Pembelian	35
2.3.3. Pengaruh Promosi Penjualan dan Penjualan Pribadi terhadap Keputusan Pembelian	36
2.4. Pengembangan Hipotesis Penelitian	37
2.5. Kerangka Konseptual Penelitian	38
BAB III METODA PENELITIAN.....	39
3.1. Strategi Penelitian	39
3.2. Populasi dan Sampel	39
3.2.1. Populasi penelitian	39
3.2.2. Sampel penelitian	40
3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data.....	40
3.4. Operasionalisasi Variabel.....	41
3.5. Metoda Analisis Data	43
3.5.1. Metode Pengolahan Data	43
3.5.2. Penyajian Data	43
3.5.3. Metode Statistik Data.....	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	51
4.1. Deskripsi Obyek Penelitian.....	51
4.2. Deskripsi Responden.....	51
4.3. Hasil Pengujian Instrumen	53
4.3.1. Uji validitas	54
4.3.2. Uji reliabilitas.....	55
4.4. Deskripsi Data.....	56

	Halaman
4.5. Analisis Statistik Data.....	58
4.5.1. Uji asumsi klasik.....	58
4.5.2. Analisis regresi linier	62
4.5.3. Analisis koefisien determinasi	63
4.5.4. Pengujian hipotesis	65
4.6. Temuan Hasil Penelitian	68
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	71
5.1. Simpulan	71
5.2. Saran.....	71
5.3. Keterbatasan dan Pengembangan Penelitian Selanjutnya.....	72
DAFTAR REFERENSI	73
LAMPIRAN.....	76

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1. Bobot Nilai Skala Likert	41
Tabel 3.2. Variabel dan Indikator Penelitian.....	42
Tabel 4.1. Data Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Tabel 4.2. Data Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Usia	52
Tabel 4.3. Data Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Pekerjaan.	53
Tabel 4.4. Data Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Pendapatan	53
Tabel 4.5. Hasil Keseluruhan Uji Validitas.....	54
Tabel 4.6. Hasil Keseluruhan Uji Reliabilitas	55
Tabel 4.7. Uji One Sample Kolmogorov Smirnov	59
Tabel 4.8. Hasil Uji Multikolinearitas.....	60
Tabel 4.9. Hasil Uji Autokorelasi.....	60
Tabel 4.10. Hasil Regresi Linier Simultan	62
Tabel 4.11. Koefisien Determinasi Parsial <i>Sales Promotion</i> (X_1) terhadap Keputusan pembelian (Y)	63
Tabel 4.12. Koefisien Determinasi Parsial <i>Personal selling</i> (X_2) terhadap Keputusan pembelian (Y)	63
Tabel 4.13. Koefisien Determinasi Simultan	64
Tabel 4.14. Pengujian Hipotesis Parsial <i>Sales Promotion</i> Produk Mobil Daihatsu Xenia (X_1) terhadap Keputusan pembelian (Y).....	65
Tabel 4.15. Pengujian Hipotesis Parsial <i>Personal selling</i> Produk Mobil Daihatsu Xenia (X_2) terhadap Keputusan pembelian (Y).....	66
Tabel 4.16. Hasil pengujian Hipotesis Secara Parsial X_1 X_2 X_3 dan Y	66
Tabel 4.17. Pengujian Hipotesis Simultan <i>Sales Promotion, Personal selling</i> Produk Mobil Daihatsu Xenia terhadap Keputusan pembelian (Y)	67
Tabel 4.18. Hasil pengujian Hipotesis Secara Simultan X_1 dan X_2 dengan Y	68

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. Volume Penjualan Daihatsu Xenia pada Event BLU Plaza Bekasi	6
Gambar 2.1. Kerangka Konseptual	38
Gambar 4.1. Diagram Skala Likert Variabel promosi penjualan.....	56
Gambar 4.2. Diagram Skala Likert Variabel Variabel penjualan pribadi.....	57
Gambar 4.3. Diagram Skala Likert Variabel Keputusan Pembelian	57
Gambar 4.4. Uji Normalitas	58
Gambar 4.5. Hasil Uji Heteroskedastisitas	61
Gambar 4.6. Hasil Koefisien Determinasi dan Simultan	64

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	76
Lampiran 2. Tabulasi Uji Coba Kuesioner Variabel Promosi penjualan	80
Lampiran 3. Tabulasi Uji Coba Kuesioner Variabel Penjualan pribadi	81
Lampiran 4. Tabulasi Uji Coba Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian	82
Lampiran 5. Tabulasi Data Berpasangan Uji Coba Kuesioner Variabel Penelitian.....	83
Lampiran 6. Hasil Uji Validitas Variabel Promosi penjualan	84
Lampiran 7. Hasil Uji Validitas Variabel Penjualan pribadi	85
Lampiran 8. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	86
Lampiran 9. Hasil Uji Reliabilitas	88
Lampiran 10. Tabulasi Kuesioner Variabel Promosi penjualan.....	90
Lampiran 11. Tabulasi Kuesioner Variabel Penjualan pribadi.....	92
Lampiran 12. Tabulasi Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian.....	94
Lampiran 13. Tabulasi Data Berpasangan Variabel X_1 X_2 dan Y	96
Lampiran 14. Output SPSS (Deskripsi Data)	98
Lampiran 15. Output SPSS (Uji Asumsi Klasik)	99
Lampiran 16. Output SPSS (Koefisien Determinasi Parsial X_1 dan Y)	102
Lampiran 17. Output SPSS (Koefisien Determinasi Parsial X_2 dan Y)	103
Lampiran 18. Output SPSS (Regresi dan Koefisien Determinasi X_1 dan X_2 terhadap Y).....	104
Lampiran 19. Surat Keterangan Riset.....	105
Lampiran 20. Daftar Riwayat Hidup Peneliti	106