

**PENGARUH *SALES PROMOTION* DAN *PERSONAL SELLING*
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN IPVPN PADA PT. INDONESIA
COMNETS PLUS (STUDI KASUS: TOKO PT. SUMBER ALFARIA
TRIJAYA JABODETABEK TAHUN 2018)**

TUGAS AKHIR

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S.M.)
Pada Program Studi Manajemen Universitas Bakrie




AGUS SETIAWAN
NIM: 1161901014

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2019

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar**

Nama : Agus Setiawan
NIM : 1161901014
Tanda Tangan : 
Tanggal : 23 Agustus 2019

HALAMAN PENGESAHAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Agus Setiawan


NIM : 1161901014

Program Studi : Manajemen

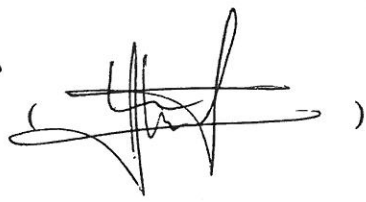
Judul Skripsi : PENGARUH *SALES PROMOTION* DAN *PERSONAL SELLING* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN IPVPN PADA PT. INDONESIA COMNETS PLUS (STUDI KASUS: TOKO PT. SUMBER ALFARIA TRIJAYA JABODETABEK TAHUN 2018)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Muchsin S. Shihab, M.Sc., MBA, Ph.D. ()

Penguji I : Holila Hatta, S.Pd., MM. ()

Penguji II : Arief B. Suharko B.S.E.E., M.S.E.E.,
Ph.D, C.P.I.M. ()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 23 Agustus 2019

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT atas Rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH SALES PROMOTION DAN PERSONAL SELLING TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA IPVPN PT. INDONESIA COMNETS PLUS (STUDI KASUS: TOKO PT. SUMBER ALFARIA TRIJAYA JABODETABEK TAHUN 2018)”**.

Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, khususnya kepada:

1. Bapak Muchsin S. Shihab, M.Sc., MBA, Ph.D. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, dorongan dan kesempatan untuk melakukan penulisan skripsi ini.
2. Ibu Holila Hatta, S.Pd., MM. selaku dosen penguji sidang proposal dan sidang skripsi yang telah memberikan bimbingan dan masukan di dalam penulisan ini.
3. Bapak Arief B. Suharko, B.S.E.E., M.S.E.E., Ph.D, C.P.I.M. selaku dosen penguji sidang skripsi yang telah memberikan bimbingan dan masukan di dalam penulisan ini.
4. Seluruh dosen dan staf pengajar Universitas Bakrie yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang sangat berharga kepada penulis.

5. Bapak Arman Junaedi selaku Ayah, Aprilia Kartini selaku adik tersayang serta kakak dan keluarga besar yang telah memberikan doa maupun semangat kepada penulis.
6. Keluarga besar PT. Indonesia Comnets Plus yang telah memberikan izin untuk membuat penelitian.
7. Seluruh IT PT. Sumber Alfaria Trijaya yang telah memberikan izin serta ikut berpartisipasi sebagai responden dalam penelitian.
8. Ahmed Zulfikar, Amrin Latuconsina dan Faizal Anam sebagai teman yang telah banyak membantu baik dalam motivasi, dukungan dan doa dalam penyelesaian tugas akhir ini.
9. Serta temen-temen Universitas Bakrie yang telah bersedia untuk sharing dalam segala ilmu dan mata kuliah.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih ada kekurangan baik dalam segi pengolahan data, penyusunan kalimat maupun tata bahasa.

Semoga skripsi ini dapat memberikan informasi yang bermanfaat serta dapat menambah pengetahuan dan wawasan yang lebih luas bagi pembaca.

Jakarta, Agustus 2019

Penulis



Agus Setiawan

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan dibawah ini.;

Nama : Agus Setiawan

Nim : 1161901014

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“PENGARUH SALES PROMOTION DAN PERSONAL SELLING TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA IPVPN PT. INDONESIA COMNETS PLUS (STUDI KASUS: TOKO PT. SUMBER ALFARIA TRIJAYA JABODETABEK TAHUN 2018)”.

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap tercantum sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 23 Agustus 2019

Yang menyatakan,

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'Agus Setiawan', written in a cursive style.

(Agus Setiawan)

**PENGARUH SALES PROMOTION DAN PERSONAL SELLING
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN IPVPN PADA PT.
INDONESIA COMNETS PLUS (STUDI KASUS: TOKO PT.
SUMBER ALFARIA TRIJAYA JABODETABEK TAHUN 2108)**

Agus Setiawan¹

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengaji pengaruh *sales promotion* dan *personal selling* terhadap kepuasan pelanggan IPVPN pada PT Indonesia Comnets Plus (Studi Kasus: Toko PT Sumber Alfaria Trijaya Jabodetabek Tahun 2018). Penelitian ini menggunakan sumber data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner dengan responden yang berlangganan IPVPN di PT. Indonesia Comnets Plus dengan memakai teknik *sampling* sebanyak 160 responden. Data sekunder berasal dari jurnal, buku, dan artikel. Uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk menguji instrumen. Selanjutnya dilakukan uji asumsi klasik dan analisis regresi linear berganda. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel *sales promotion* dan *personal selling* secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan.

Kata kunci: *Sales Promotion*, *Personal Selling* dan Kepuasan Pelanggan

¹ Mahasiswa Program Studi Manajemen, Universitas Bakrie, Jakarta

**PENGARUH *SALES PROMOTION* DAN *PERSONAL SELLING*
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN IPVPN PADA PT.
INDONESIA COMNETS PLUS (STUDI KASUS: TOKO PT.
SUMBER ALFARIA TRIJAYA JABODETABEK TAHUN 2108)**

Agus Setiawan¹

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of sales promotion and personal selling on IPVPN customer satisfaction at PT Indonesia Comnets Plus (Case Study: PT. Sumber Alfaria Trijaya Jabodetabek Store in 2018). This study used primary data sources collected through questionnaires with respondents who received IPVPN at PT. Indonesia Comnets Plus with a sampling technique of 160 respondents. Secondary data comes from journals, books, and articles. Validity and reliability tests were carried out to carry instrument. Then the classical trials and linear multiple linear regression analysis are performed. Then it can be concluded that the variable sales promotion and personal selling together have positive and significant effect to customer satisfaction variable.

Keywords: Sales Promotion, Personal Selling and Customer Satisfaction

¹ Mahasiswa Program Studi Manajemen, Universitas Bakrie, Jakarta

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN ORSINILITAS	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Perumusan Masalah	7
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	9
2.1 Pengertian <i>Sales Promotion</i>	9
2.1.1 Indikator <i>Sales Promotion</i>	9
2.1.2 Dimensi <i>Sales Promotion</i>	9
2.2 <i>Personal Selling</i> atau Penjualan Langsung	10
2.2.1 Dimensi <i>Personal Selling</i>	10

2.2.1 Dimensi <i>Personal Selling</i>	10
2.2.2 Indikator <i>Personal Selling</i>	11
2.3 Dimensi Kepuasan Pelanggan	12
2.3.1 Indikator-Indikator Kepuasan Pelanggan	13
2.4 Pengaruh <i>Sales Promotion</i> Dan <i>Personal Selling</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan	13
2.5 Penelitian Sebelumnya	14
2.6 Kerangka Pemikiran	16
2.7 Hipotesis Penelitian	17
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	18
3.1 Desain Penelitian	18
3.1.1 Populasi	18
3.1.2 Sampel	18
3.1.3 Teknik Pengambilan <i>Sampling</i>	18
3.2 Operasional Variabel Penelitian	19
3.3 Jenis dan Sumber Data	22
3.4 Teknik Pengumpulan Data	22
3.5 Metode Analisis	23
3.5.1 Uji Validitas	24
3.5.2 Uji Reabilitas	24
3.6 Uji Asumsi Klasik	24
3.6.1 Uji Normalitas	24
3.6.2 Uji Multikolinearitas	24
3.6.3 Uji Heteroskedastisitas	25
3.6.4 Uji Regresi Linear Berganda	25

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	27
4.1 Analisis Karakteristik Responden	27
4.2 Analisis Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	28
4.2.1 Analisis Uji Validitas.....	28
4.2.2 Analisis Uji Reliabilitas	30
4.3 Analisis Uji Asumsi Klasik.....	30
4.3.1 Analisis Uji Normalitas.....	30
4.3.2 Analisis Uji Heteroskedastisitas	31
4.3.3 Analisis Uji Multikolinearitas	32
4.4 Analisis Regresi Linear Berganda	33
4.5 Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	34
4.6 Analisis Uji Hipotesis	35
4.6.1 Hasil Uji F (Simultan).....	35
4.6.2 Hasil Uji T (Parsial).....	36
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian	37
4.7.1 Analisis Pengaruh <i>Sales Promotion</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan	38
4.7.2 Analisis Pengaruh <i>Personal Selling</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan	38
 BAB V KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN REKOMENDASI	 41
5.1 Kesimpulan	41
5.2 Keterbatasan	41
5.3 Rekomendasi	42
 DAFTAR PUSTAKA	 44

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Survey Awal Koresponden	4
Tabel 1.2	Daftar Toko Alfamart Area Jabodetabek	5
Tabel 1.3	Ringkasan Research Gap Terhadap kepuasan Pelangan	6
Tabel 2.1	Hasil Penelitian Sebelumnya	15
Tabel 3.1	Tabel Operasional Variabel	20
Tabel 3.2	Skala Likert	23
Tabel 4.1	Karakteristik Responden	27
Tabel 4.2	Hasil Analisis Uji Validitas	29
Tabel 4.3	Hasil Analisis Uji Reliabilitas.....	30
Tabel 4.4	Hasil Analisis Uji Multikolinearitas	30
Tabel 4.5	Hasil Uji Regresi Linear Berganda	33
Tabel 4.6	Hasil Perhitungan Koefisien Determinasi	34
Tabel 4.7	Hasil Uji F (Simultan).....	35
Tabel 4.8	Hasil Uji T (Parsial).....	36
Tabel 4.9	Rangkuman Hasil Penelitian	39

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Presentase Jumlah Toko pengguna IPVPN	4
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran	17
Gambar 4.1	Hasil Uji Normalitas	31
Gambar 4.2	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	31