

**PENGARUH PERSONAL SELLING TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN K-LIQUID CHLOROPHYLL**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen



MUTIARA DEWI KURNIA

1121001046

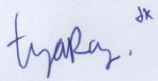
**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2017**

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 : MUTIARA DEWI KURNIA

NIM : 1121001046

Tanda Tangan : 

Tanggal : 6 September 2017

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mutiara Dewi Kurnia
NIM : 1121001046
Program Studi : Manajemen
Jenis Tugas Akhir : Penelitian

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

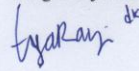
“Pengaruh *Personal Selling* terhadap Keputusan Pembelian K-Liquid Chlorophyll”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media atau memformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 6 September 2017

Yang Menyatakan



Mutiara Dewi Kurnia

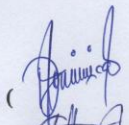
HALAMAN PENGESAHAN


Tugas Akhir ini diajukan oleh

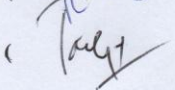
Nama : Mutiara Dewi Kurnia
NIM : 1121001046
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : **“Pengaruh *Personal Selling* terhadap Keputusan Pembelian K-Liquid Chlorophyll”**

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 I : Dominica Arni Widyastuti, S.E., M.M. ()

Penguji I : Ananda Fortunisa, S.E., M.Si- ( 6/5/17)

Penguji II : M. Taufiq Amir, S.E., M.M., Ph.D. ( 6/9/17)

Ditetapkan di: Jakarta

Tanggal : 6 September 2017

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan berkat, rahmat serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal tugas akhir yang berjudul **“Pengaruh *Personal Selling* terhadap Keputusan Pembelian K-Liquid Chlorophyll”**. Penulis sangat menyadari bahwa penyusunan tugas akhir ini tidak dapat terlaksana tanpa dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Keluarga tercinta yaitu Darnilwati (Mama), Abdul Kadir (Papa), Akbar Abdi Pratama yang senantiasa mengiri dengan doa dalam setiap langkah dan keputusan yang penulis jalankan.
2. Ibu Dominica Arni Widyastuti, SE, MM selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran, serta juga dengan sabar untuk memberikan bimbingan yang sangat bermanfaat selama proses penyelesaian proposal tugas akhir ini.
3. Seluruh dosen Program Studi Manajemen Universitas Bakrie yang telah memberikan ilmu dan arahan kepada penulis selama masa perkuliahan dan masa penyusunan proposal tugas akhir.
4. Teman-teman mahasiswa Program Studi Manajemen angkatan 2012 yang telah memberikan dukungan dan masukan kepada penulis dalam menyelesaikan penyusunan proposal tugas akhir ini.

Semoga semua dukungan dan bimbingan yang telah diberikan kepada penulis selama ini bisa mendapat balasan yang setimpal dari Tuhan Yang Maha Esa. Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan tugas akhir ini, oleh karena itu saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat diharapkan bagi penulis. Semoga tugas akhir ini dapat memberikan sumbangsih dalam dunia pendidikan Indonesia dan bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Jakarta, 15 Agustus 2017

Penulis

PENGARUH PERSONAL SELLING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN K-LIQUID CHLOROPHYLL

Mutiara Dewi Kurnia

ABSTRAK

Penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar efektivitas pengaruh *personal selling* terhadap keputusan pembelian K-Liquid Chlorophyll. Data penelitian didapatkan dari 150 responden penelitian yang merupakan konsumen K-Liquid Chlorophyll. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas dan terikat. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *personal selling* (X) dan variabel terikat yang digunakan adalah keputusan pembelian (Y). Hasil analisis data menunjukkan bahwa variabel bebas yang digunakan yaitu *personal selling* memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sebagai variabel terikat sebesar 72,4 %. Artinya bahwa produk K-Liquid Chlorophyll yang dipromosikan melalui *personal selling* dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Sisanya dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini yakni sebesar 27,6%. Penelitian berikutnya diharapkan menambah variabel lain yang mempengaruhi terbentuknya keputusan pembelian seperti periklanan dan promosi penjualan.

Kata kunci : Promosi, Personal Selling, Keputusan Pembelian.

EFFECT OF PERSONAL SELLING ON PURCHASE DECISION OF K-LIQUID CHLOROPHYLL

Mutiara Dewi Kurnia

ABSTRACT

This research is to find out how big the effectiveness of personal selling that could effect to purchase decision of K-Liquid Chloropyll. Data obtained from 150 survey respondents which is consumer of K-Liquid Chlorophyll. The analytichal method used is simple linear regression analysis to determine the effect of independent and dependent variables. The independent variable used in this study is personal selling (X) and the dependent variable used is the purchase decision (Y). The result of data analysis shows that the independent variable used is personal selling has a positive and significant effect on the purchase decision as the dependent variable of 72.4%. This means that K-Liquid Chlorophyll product promoted through personal selling can effect consumer purchase decision. The remainder is explained by other variables not examined in this research that is equal to 27,6%. The next study is expected to add other variables that affect the formation of purchasing decisions such as advertising and sales promotion.

Keywords: Promotion, Personal Selling, Purchase Decision.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Batasan Masalah	6
1.6 Sistematika Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Manajemen Pemasaran	8
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	8
2.1.2 Pengertian Bauran Pemasaran.....	9
2.2 Pengertian Promosi.....	10
2.2.1 Bauran Promosi (<i>Promotion mix</i>).....	12
2.2.1.1 Penjualan Pribadi (<i>Personal Selling</i>).....	13
2.3 Keputusan Pembelian.....	17
2.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	17
2.4 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	20
2.5 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	21
2.6 Hipotesis.....	22
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Desain Penelitian	23

3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	23
3.2.1 Variabel Independen	23
3.2.2 Variabel Dependen	24
3.2.3 Definisi Operasional Variabel.....	24
3.3 Gambaran Populasi dan Sampel.....	26
3.3.1 Populasi.....	26
3.3.2 Sampel.....	27
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	27
3.4 Sumber Data dan Pengumpulan Data.....	28
3.4.1 Data Primer.....	28
3.4.2 Data Sekunder.....	28
3.4.3 Metode Pengumpulan data.....	28
3.4.3.1 Metode Pengukuran Skala Kuesioner..	29
3.5 Metode Analisis Data.....	30
3.5.1 Uji Validitas & Reliabilitas.....	30
3.5.1.1 Uji Validitas.....	30
3.5.1.2 Uji Reliabilitas.....	30
3.5.2 Uji Asumsi Klasik.....	31
3.5.2.1 Uji Normalitas.....	31
3.5.2.2 Heteroskedastisitas.....	31
3.5.2.3 Uji Multikolinearitas.....	32
3.5.3 Analisis Regresi Linear Sederhana.....	32
3.5.4 Koefisien Determinasi atau Adjusted-R ²	33
3.5.5 Pengujian Hipotesis dengan Uji t.....	33
3.5.6 Uji F/ANOVA.....	33

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 <i>Pre-test</i> Kuesioner.....	35
4.1.1 Hasil <i>Pre-test</i> Uji Validitas.....	35
4.1.2 Hasil <i>Pre-tes</i> Uji Reliabilitas.....	36
4.2 Karakteristik Koresponden.....	37
4.3 Hasil Uji Instrumen Data.....	38
4.3.1 Hasil Uji Validitas.....	38

4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	40
4.3.3 Hasil Uji Normalitas.....	40
4.3.4 Hasil Uji Multikolinearitas.....	42
4.3.5 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	43
4.3.6 Hasil Uji Kelayakan Model.....	44
4.3.6.1 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana.	44
4.3.6.2 Hasil Uji T.....	45
4.3.6.3 Hasil Uji Determinasi (R^2).....	46
4.3.6.4 Hasil Uji F/ANOVA.....	47
4.4 Pembahasan.....	48
4.4.1 Pengaruh Personal Selling terhadap Keputusan Pembelian.....	49

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan.....	50
5.2 Saran.....	50

LAMPIRAN

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Teoritis.....	21
Gambar 4.1 P-plot Uji Normalitas.....	42
Gambar 4.2 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	44

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	24
Tabel 4.1 Nilai Pearson Correlation.....	35
Tabel 4.2 Hasil Pre-test Uji Reliabilitas.....	37
Tabel 4.3 Karakteristik Koresponden.....	37
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas.....	37
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas.....	40
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas.....	41
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinearitas.....	43
Tabel 4.8 Hasil Uji Regulasi Linear Sederhana.....	45
Tabel 4.9 Hasil Uji Determinasi (R^2).....	46
Tabel 4.10 Hasil Uji F	47