

**PENGARUH PERIKLANAN, PROMOSI PENJUALAN,
DAN PENJUALAN PERSONAL TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ARYSA HIJAB DI
BEKASI**

SKRIPSI

OLEH:

ANISA FIDIAWATI

201610325045



PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2020

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Periklanan, Promosi Penjualan, dan Penjualan Personal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Arysa Hijab di Bekasi.

Nama Mahasiswa : Anisa Fidiawati

Nomor Pokok Mahasiswa : 201610325045

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 20 Juli 2020

Jakarta, 20 Juli 2020

MENYETUJUI

Pembimbing



Andrian, S.E., M.M.

NIDN. 0321077102

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Periklanan, Promosi Penjualan, dan Penjualan Personal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Arysa Hijab di Bekasi.
Nama Mahasiswa : Anisa Fidiawati
Nomor Pokok Mahasiswa : 201610325045
Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 20 Juli 2020

Jakarta, 20 Juli 2020

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : M. Fadhli Nursal, S.E., M.M.

NIDN. 0325057908

Penguji I : Andrian, S.E., M.M.

NIDN. 0321077102

Penguji II : Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., M.M.

NIDN. 0309048102

MENGETAHUI

Ketua Program Studi

Manajemen



M. Fadhli Nursal, S.E., M.M.

NIDN. 0325057908

Dekan

Fakultas Ekonomi



Dr. Istianingsih, M.S.Ak., CA., CSRA., CACP.

NIDN. 0318107101

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Allah SWT, atas berkat rahmat serta ridho-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik yang merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi dalam menyelesaikan program pendidikan Strata Satu (S1), Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Bekasi. Terkait dengan hal tersebut, penulis menyusun skripsi dengan judul “Pengaruh Periklanan, Promosi Penjualan, dan Penjualan Personal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Arysa Hijab di Bekasi”.

Penulis ingin mengucapkan terimakasih untuk pihak-pihak yang sudah bersedia membantu dalam penyusunan skripsi ini. Dan skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M. Selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Bekasi.
2. Dr. Istianingsih Sastrodiharjo, M. S. Ak., CA., CSRS., CSRA., CMA., CBV., CACP. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Bekasi.
3. M. Fadhli Nursal, S.E., M.M. Selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Bekasi.
4. Andrian, S.E., M.M. Selaku Dosen Pembimbing yang senantiasa membimbing serta memberi dukungan kepada penulis.

Penulis



Anisa Fidiawati

NPM. 201610325045

ABSTRAK

Anisa Fidiawati. 201610325045. Pengaruh Periklanan, Promosi Penjualan, dan Penjualan Personal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Arysa Hijab di Bekasi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh periklanan, promosi penjualan, dan penjualan personal terhadap keputusan pembelian produk Arysa Hijab di Bekasi baik secara parsial maupun simultan. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian produk Arysa Hijab di Bekasi. Teknik pengambilan sampel menggunakan Hair *et al* dengan jumlah sampel 100 responden dengan penyebaran kuesioner secara online menggunakan *google form*. Hasil penelitian menunjukkan variabel periklanan, promosi penjualan, dan penjualan personal secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Arysa Hijab di Bekasi. Secara simultan variabel periklanan, promosi penjualan, dan penjualan personal berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Arysa Hijab di Bekasi.

Kata kunci: Periklanan, Promosi Penjualan, Penjualan Personal, Keputusan Pembelian.

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul

Pengaruh Periklanan, Promosi Penjualan, dan Penjualan Personal terhadap Keputusan Pembelian Produk Arysa Hijab di Bekasi merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 20 Juli 2020

Yang membuat pernyataan,



Anisa Fidiawati

NPM. 201610325045

ABSTRACT

Anisa Fidiawati. 201610325045. *The Effect of Advertising, Sales Promotion, and Personal Selling on the Purchasing Decision of Arysa Hijab Products in Bekasi.*

This study aims to determine the effect of advertising, sales promotion, and personal selling on the purchasing decisions of Arysa Hijab products in Bekasi both partially and simultaneously. The population used in this study is consumers who have purchased Arysa Hijab products in Bekasi. The sampling technique uses Hair et al. With a total sample of 100 respondents by distributing questionnaires online using google form. The results showed that advertising, sales promotion, and personal selling variables partially had a significant effect on the purchasing decisions of Arysa Hijab products in Bekasi. Simultaneously advertising, sales promotion, and personal selling variables significantly influence the purchasing decision of Arysa Hijab products in Bekasi.

Keywords: *Advertising, Sales Promotion, Personal Selling, Purchasing Decisions.*

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang	Error! Bookmark not defined.
1.2 Rumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.3 Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.4 Manfaat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.5 Batasan Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.6 Sitematika Penulisan	Error! Bookmark not defined.
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	Error! Bookmark not defined.
2.1 Periklanan	Error! Bookmark not defined.
2.1.1 Pengertian Periklanan	Error! Bookmark not defined.
2.1.2 Fungsi Periklanan	Error! Bookmark not defined.
2.1.3 Tujuan Periklanan	Error! Bookmark not defined.
2.1.4 Indikator Periklanan.....	Error! Bookmark not defined.
2.2 Promosi Penjualan.....	Error! Bookmark not defined.
2.2.1 Pengertian Promosi Penjualan.....	Error! Bookmark not defined.

2.2.2	Manfaat Promosi Penjualan	Error! Bookmark not defined.
2.2.3	Indikator Promosi Penjualan	Error! Bookmark not defined.
2.3	Penjualan Personal	Error! Bookmark not defined.
2.3.1	Pengertian Penjualan Personal	Error! Bookmark not defined.
2.3.2	Manfaat Penjualan Personal	Error! Bookmark not defined.
2.3.3	Fungsi Penjualan Personal..	Error! Bookmark not defined.
2.3.4	Indikator Penjualan Personal	Error! Bookmark not defined.
2.4	Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
2.4.1	Pengertian Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
2.4.2	Indikator Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
2.5	Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
2.6	Kerangka Berfikir	Error! Bookmark not defined.
2.7	Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
BAB III	METODE PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
3.1	Desain Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.2	Tahapan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.3	Model Konseptual	Error! Bookmark not defined.
3.4	Operasionalisasi Variabel	Error! Bookmark not defined.
3.5	Waktu dan Tempat Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.5.1	Waktu Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.5.2	Tempat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.6	Metode Pengambilan Sampel	Error! Bookmark not defined.
3.6.1	Populasi Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.6.2	Sampel Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.7	Teknik Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
3.8	Jenis dan Sumber Data	Error! Bookmark not defined.

3.9	Metode Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
3.9.1	Uji Validitas.....	Error! Bookmark not defined.
3.9.2	Uji Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
3.10	Uji Asumsi Klasik	Error! Bookmark not defined.
3.10.1	Uji Normalitas	Error! Bookmark not defined.
3.10.2	Uji Multikolinieritas.....	Error! Bookmark not defined.
3.10.3	Uji Heteroskedastisitas.....	Error! Bookmark not defined.
3.11	Uji Analisis Regresi Linier Berganda	Error! Bookmark not defined.
3.12	Uji Hipotesis.....	Error! Bookmark not defined.
3.12.1	Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)	Error! Bookmark not defined.
3.12.2	Uji Kelayakan Secara Simultan (Uji F)	Error! Bookmark not defined.
3.12.3	Analisis Koefisien Determinasi (r^2)	Error! Bookmark not defined.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN **Error! Bookmark not defined.**

4.1	Gambaran Umum Arysa Hijab	Error! Bookmark not defined.
4.1.1	Profil Perusahaan	Error! Bookmark not defined.
4.1.2	Visi dan Misi	Error! Bookmark not defined.
4.1.3	Struktur Organisasi	Error! Bookmark not defined.
4.2	Hasil Penelitian	Error! Bookmark not defined.
4.2.1	Deskripsi Data	Error! Bookmark not defined.
4.2.2	Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner	Error! Bookmark not defined.
4.2.3	Identitas Responden.....	Error! Bookmark not defined.
4.3	Uji Analisis Data.....	Error! Bookmark not defined.

4.3.1 Uji Validitas.....	Error! Bookmark not defined.
4.3.2 Uji Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
4.4 Uji Asumsi Klasik	Error! Bookmark not defined.
4.4.1 Uji Normalitas	Error! Bookmark not defined.
4.4.2 Uji Multikolinearitas	Error! Bookmark not defined.
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	Error! Bookmark not defined.
4.5 Uji Analisis Regresi Linear Berganda	Error! Bookmark not defined.
4.6 Uji Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
4.6.1 Uji t (Parsial)	Error! Bookmark not defined.
4.6.2 Uji F (Simultan).....	Error! Bookmark not defined.
4.6.3 Uji Koefisien Determinan (r^2)	Error! Bookmark not defined.
BAB V PENUTUP	Error! Bookmark not defined.
5.1 Kesimpulan	Error! Bookmark not defined.
5.2 Implikasi Manajerial	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA	44
LAMPIRAN	46

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	14
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel.....	21
Tabel 3.2 Skala Likert.....	24
Tabel 4.1 Proses Penyebaran dan Penerimaan Kuesioner.....	32
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	32
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Status.....	33
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas.....	34
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas.....	35
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas.....	35
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinearitas.....	36
Tabel 4.8 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	38
Tabel 4.9 Hasil Uji t (Parsial).....	39
Tabel 4.10 Hasil Uji F (Simultan).....	40
Tabel 4.11 Hasil Uji Koefisien Determinan (r^2).....	41

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model TFD: Think, Feel, and Do.....	7
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir.....	16
Gambar 3.1 Model Konseptual.....	21
Gambar 4.1 Contoh Produk Arysa Hijab.....	29
Gambar 4.2 Struktur Organisasi.....	30
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedasitas.....	37

