

**PENGARUH *PERSONAL SELLING* DAN *ADVERTISING*  
TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN RUMAH  
PADA PERUMNAS SENTRALAND BEKASI**

**SKRIPSI**

**Oleh:  
Dwiki Rachma Putra  
201510325198**

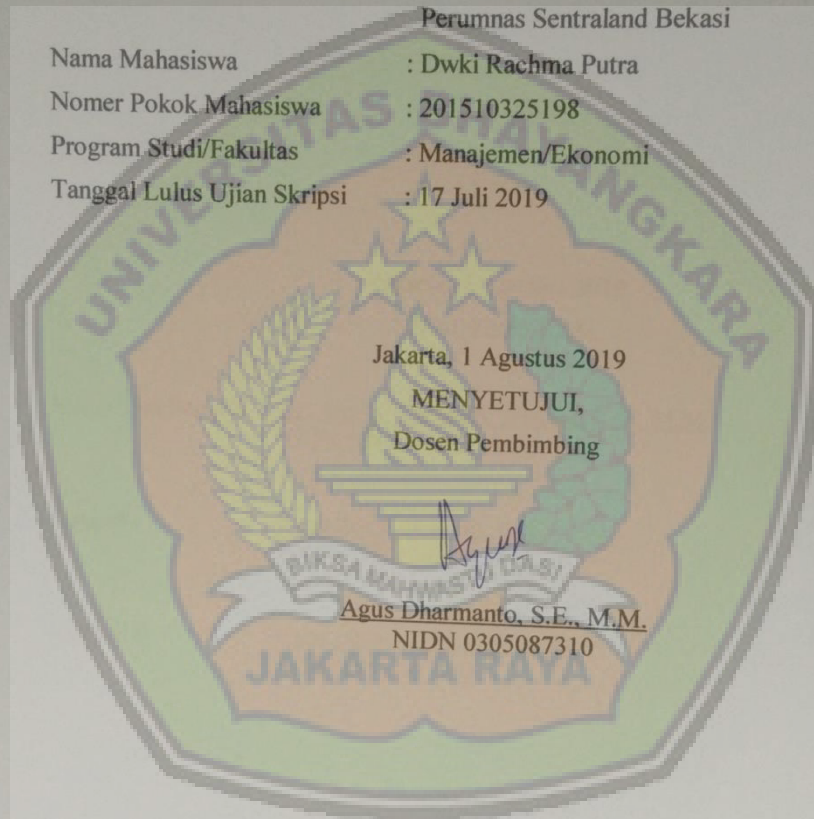


**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA  
2019**

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh *Personal Selling* dan *Advertising*  
Terhadap Peningkatan Penjualan Rumah pada  
Perumnas Sentraland Bekasi

Nama Mahasiswa : Dwki Rachma Putra  
Nomer Pokok Mahasiswa : 201510325198  
Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi  
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 17 Juli 2019



## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Personal Selling* dan *Advertising*  
Terhadap Peningkatan Penjualan Rumah pada  
Perumnas Sentraland Bekasi

Nama Mahasiswa : Dwki Rachma Putra

Nomer Pokok Mahasiswa : 201510325198

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 17 Juli 2019

Jakarta, 1 Agustus 2019

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Dr. Anton Wachidin Widjaja, S.E., M.M.  
NIDN 0311116501

Penguji I : Neng Siti Komariah, S.E., M.M.  
NIDN 0327128105

Penguji II : Agus Dharmanto, S.E., M.M.  
NIDN 0305087310

Ketua Program Studi  
Manajemen

Dekan  
Fakultas Ekonomi

M. Fadhli Nursal, S.E., M.M.  
NIDN 0325057908

Dr. Sugeng Suroso, S.E., M.M.  
NIDN 0316066201

## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul “Pengaruh *Personal Selling* dan *Advertising* Terhadap Peningkatan Penjualan Rumah pada Perumnas Sentraland Bekasi” ini adalah benar-benar 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 dikemudian 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, 1 Agustus 2019

Yang membuat pernyataan



Dwiki Rachma Putra  
201510325198

## ABSTRAK

**Dwiki Rachma Putra. 201510325198.** Pengaruh *Personal Selling* dan *Advertising* Terhadap Peningkatan Penjualan Rumah pada Perumnas Sentraland Bekasi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa berpengaruh *personal selling* dan *advertising* terhadap peningkatan penjualan rumah pada Perumnas Sentraland Bekasi, dan populasi dalam penelitian ini adalah karyawan yang bekerja di Perumnas Sentraland Bekasi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu dengan menggunakan metode nonprobability sampling dengan teknik sampel jenuh, yaitu dengan menyebarkan kuesioner dengan jumlah 36 responden yang diperoleh dari karyawan Perumnas Sentraland Bekasi. Metode penelitian ini adalah kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis menggunakan uji-t dan uji-f dengan dengan tingkat signfikan 5%. Berdasarkan uji-t *Personal Selling* berpengaruh signifikan dengan nilai t hitung  $2,791 > t$  tabel  $2,03452$  untuk uji-t pada *Advertising* tidak berpengaruh signifikan dengan nilai t hitung  $0,691 < t$  tabel  $2,03452$ . Sedangkan untuk uji-f *Personal Selling* dan *Advertising* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap peningkatan penjualan dengan nilai f hitung  $20,204 > f$  tabel  $3,28$ . Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Personal Selling* dan *Advertising* berpengaruh signifikan dan positif terhadap Peningkatan Penjualan pada Perumnas Sentraland Bekasi.

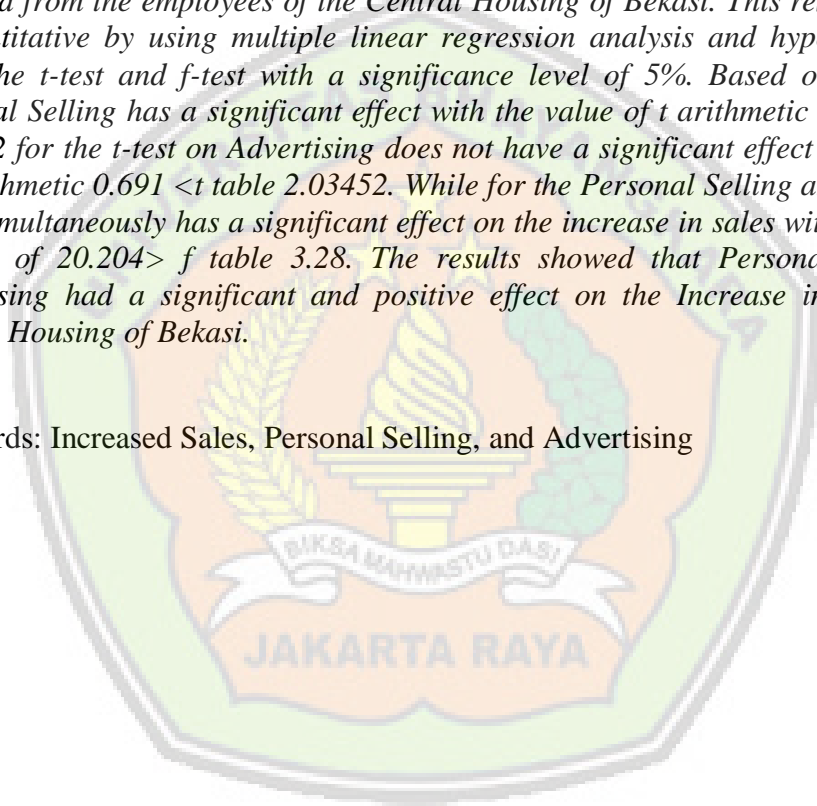
Kata Kunci: Peningkatan Penjualan, *Personal Selling*, dan *Advertising*

## ABSTRACT

**Dwiki Rachma Putra. 201510325198.** Effects of Personal Selling and Advertising on Increasing Home Sales at Perumnas Sentraland Bekasi.

*This study aims to determine how influential personal selling and advertising is to increase home sales at the Central Housing of Bekasi, and the population in this study are employees who work at the Central Housing of Bekasi. The sampling technique used is by using the nonprobability sampling method with saturated sample techniques, namely by distributing questionnaires with the number of 36 respondents obtained from the employees of the Central Housing of Bekasi. This research method is quantitative by using multiple linear regression analysis and hypothesis testing using the t-test and f-test with a significance level of 5%. Based on the t-test of Personal Selling has a significant effect with the value of t arithmetic  $2,791 > t$  table 2.03452 for the t-test on Advertising does not have a significant effect with the value of t arithmetic  $0,691 < t$  table 2.03452. While for the Personal Selling and Advertising f-test simultaneously has a significant effect on the increase in sales with a calculated f value of  $20,204 > f$  table 3.28. The results showed that Personal Selling and Advertising had a significant and positive effect on the Increase in Sales at the Central Housing of Bekasi.*

Keywords: Increased Sales, Personal Selling, and Advertising



## KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Personal Selling* dan *Advertising* Terhadap Peningkatan Penjualan Rumah pada Perumnas Sentraland Bekasi”. Penulisan skripsi dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu akademik untuk mencapai gelar sarjana studi manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Bekasi. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, maka penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Irjen Pol. (Purn) Dr. Drs. Bambang Karsono, S.H., M.M. selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Bapak Dr. Sugeng Suroso, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak M. Fadhli Nursal, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen.
4. Bapak Agus Dharmanto, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah membantu dalam menyelesaikan dan membimbing penulis.
5. Bapak Alfian Ghozali selaku staf keuangan Perumnas Sentraland Bekasi yang telah membantu memberikan informasi dan data perusahaan.
6. Teman dan kerabat yang telah menyemangati dalam penulisan.
7. Kedua orang tua penulis dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terima kasih atas segala bantuan dan dukungan kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan Skripsi ini, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan. Penulis berharap semoga Skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan pengembang ilmu.

Jakarta, 1 Agustus 2019

Dwiki Rachma Putra  
201510325198

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.i</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.2 Rumusan Masalah.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.3 Batasan Masalah .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.4 Tujuan Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.5. Manfaat Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.6. Sistematika Penulisan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1 Manajemen Pemasaran.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.1 Pengertian Komunikasi Pemasaran .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>



2.1.2 Konsep Pemasaran.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.3 Bauran Pemasaran .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2 <i>Personal Selling</i> (penjualan perseorangan) .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2.1 Pengertian <i>Personal Selling</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2.2 Tujuan dan Manfaat <i>Personal Selling</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2.3 Fungsi <i>Personal Selling</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2.4 Bentuk <i>Personal Selling</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2.5 Keunggulan dan Kelemahan <i>Personal Selling</i> ..	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3 <i>Advertising</i> (periklanan) .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3.1 Pengertian <i>Advertising</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3.2 Fungsi dan Sifat-Sifat Iklan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3.3 Tipe-Tipe Iklan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3.4 Media Periklanan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.4 Pengertian Peningkatan Penjualan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.4.1 Pengertian Penjualan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.4.2 Pertumbuhan Penjualan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.5 Penelitian Terdahulu .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.6 Kerangka Berfikir .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.7 Hipotesis.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.1 Desain Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.3 Tahapan penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

3.4 Model Konseptual Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.5 Operasional Variabel Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.6 Jenis dan Sumber Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.7 Metode Pengambilan Sampel .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.7.1 Populasi.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.7.2 Sampel.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.8 Teknik Pengumpulan Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.9 Instrumen Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.9.1 Uji Validitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.9.2 Uji Reliabilitas.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.9.3 Uji Asumsi Klasik .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.9.3.1 Uji Normalitas.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.9.3.2 Uji Multikolinearitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.9.3.3 Uji Heteroskedastisitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.9.4 Uji Regresi Linear Berganda.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.9.5 Uji Hipotesis.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.9.5.1 Uji Parsial (uji t).....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.9.5.2 Uji Signifikansi Persamaan (uji f).....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.9.6 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB IV PEMBAHASAN.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1 Sejarah Singkat Perumnas Sentraland Bekasi.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2 Struktur Organisasi .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.3 Karakteristik Responden.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

4.3 Hasil Analisis Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.3.1 Uji Validitas.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.3.2 Uji Reliabilitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.4 Uji Asumsi Klasik .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.4.1 Uji Normalitas.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.4.2 Uji Multikolinearitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.5 Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.6 Uji Hipotesis.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.6.1 Uji Parsial (Uji t).....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.6.2 Uji Signifikansi Persamaan (uji f).....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.7 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.8 Pembahasan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.1 Kesimpulan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.2 Implikasi Manajerial.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	
<b>LAMPIRAN</b> .....	

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Target dan Realisasi Penjualan.....	3
Tabel 1.2. Data Penjualan.....	3
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu.....	22
Tabel 3.1. Operasional Variabel Penelitian.....	31
Tabel 3.2. Skala Likert.....	35
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	44
Tabel 4.3. Hasil Uji Validitas.....	46
Tabel 4.4. Hasil Uji Reliabilitas.....	47
Tabel 4.5. Hasil Uji Normalitas.....	48
Tabel 4.6. Hasil Uji Multikolinearitas.....	49
Tabel 4.7. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	51
Tabel 4.8. Hasil Uji Parsial (uji t).....	52
Tabel 4.9. Hasil Uji Simultan (uji f).....	53
Tabel 4.10. Hasil Uji Koefisien Determinasi $R^2$ .....	54

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran.....	27
Gambar 3.1. Model Konseptual Penelitian.....	31
Gambar 4.1. Struktur Organisasi.....	42
Gambar 4.2. Diagram Jumlah Jenis Kelamin.....	44
Gambar 4.3. Diagram Jumlah Usia.....	45
Gambar 4.4. Grafik Scatterplot.....	50



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Keterangan.....	
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian.....	
Lampiran 3. Data Tabulasi Responden.....	
Lampiran 4. Hasil Analisis Data.....	
Lampiran 5. Tabel r.....	
Lampiran 6. Tabel t.....	
Lampiran 7. Tabel f.....	
Lampiran 8. Uji Referensi.....	
Lampiran 9. Uji Plagiat.....	

