

**PENGARUH *PERSONAL SELLING*, *SALES PROMOTION* DAN DISTRIBUSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT SUPERINDO
KARYA GEMILANG BATAM**

SKRIPSI



**Oleh:
Meilissa
170910136**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2021**

**PENGARUH *PERSONAL SELLING*, *SALES PROMOTION* DAN DISTRIBUSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT SUPERINDO
KARYA GEMILANG BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
Memperoleh gelar Sarjana**



**Oleh:
Meilissa
170910136**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2021**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertandatangan di bawah ini saya:

Nama : Meilissa
NPM/NIP : 170910136
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa "Skripsi" yang saya buat dengan judul:

**PENGARUH *PERSONAL SELLING*, *SALES PROMOTION* DAN
DISTRIBUSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT
SUPERINDO KARYA GEMILANG BATAM**

Adalah hasil karya sendiri dan bukan "duplikasi" dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah Skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun

Batam, 30 Juli 2021



Meilissa
170910136

**PENGARUH *PERSONAL SELLING, SALES
PROMOTION* DAN DISTRIBUSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT SUPERINDO
KARYA GEMILANG BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**

**Oleh:
Meilissa
170910136**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera di bawah ini**

Batam, 30 Juli 2021



**(Asron Saputra S.E., M.Si.)
Pembimbing**

ABSTRAK

Penelitian ini dimaksudkan untuk menganalisa pengaruh *Personal selling* (X1), *Sales promotion* (X2) dan Distribusi (X3) terhadap keputusan konsumen (Y) pada PT Superindo Karya Gemilang Batam. Penelitian ini adalah kuantitatif dan penyebaran data melalui kuesioner. Sampel dalam penelitian ini mencapai 115 melalui teknik Slovin, maka kuesioner ini disebarakan kepada responden yang berjumlah 115 orang. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik *Nonprobability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Selanjutnya data yang telah terkumpul dianalisis dengan analisis regresi berganda dengan bantuan alat hitung SPSS (*Statistic product and Service Solution*) versi 26. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Personal selling* (X1), *Sales promotion* (X2) dan Distribusi (X3) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen (Y) pada PT Superindo Karya Gemilang dan variabel *Personal selling* (X1) secara parsial memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen (Y), dan variabel *Sales promotion* (X2) secara parsial memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen (Y). Secara simultan *Personal selling* (X1), *Sales promotion* (X2) dan Distribusi (X3) memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen (Y) pada PT Superindo Karya Gemilang Batam.

Kata kunci: *Personal selling*; *Sales promotion*; Distribusi; Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This study is intended to analyze the effect of Personal selling (X1), Sales promotion (X2) and Distribution (X3) on consumer decisions (Y) at PT Superindo Karya Gemilang Batam. This research is quantitative and data dissemination through questionnaires. The sample in this study reached 115 through the Slovin technique, so this questionnaire was distributed to 115 respondents. The data collection technique in this study uses a nonprobability sampling technique, which is a sampling technique that does not provide equal opportunities for each element or member of the population to be selected as a sample. Furthermore, the data that has been collected was analyzed by multiple regression analysis with the help of SPSS (Statistical Product and Service Solution) version 26. The results of this study indicate that Personal selling (X1), Sales promotion (X2) and Distribution (X3) have a positivlye influence to consumer decisions (Y) at PT Superindo Karya Gemilang and Personal selling variables (X1) partially have a positive and significant influence on consumer decisions (Y), and the Sales promotion variable (X2) partially has a positive and significant influence on consumer decisions (Y). Simultaneously Personal selling (X1), Sales promotion (X2) and Distribution (X3) have a positive and significant influence on consumer decisions (Y) at PT Superindo Karya Gemilang Batam.

Keywords: *Personal selling; Sales promotion; Distribution; Consumer Decision.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Bisnis Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI., selaku Rektor Universitas Putera Batam;
2. Bapak Dr Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom., selaku Dekan Universitas Putera Batam;
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Putera Batam;
4. Bapak Asron Saputra S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Universitas Putera Batam yang telah berbagi ilmu pengetahuan;
5. Orang tua dan keluarga yang telah memberikan doa, kasih sayang, nasehat dan dukungan penuh;
6. Teman-teman se-angkatan yang selalu membantu dan menyemangati dalam pembuatan skripsi ini hingga selesai.

Pada kenyataannya, walalupuntelah berusaha dengan kesungguhan hati dan segenap kemampuan, namun masih banyak ditemukan kekurangan karena keterbatasan ilmu pengetahuan penulis, oleh karena itu dengan segala kerendahan hati, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun sebagai penyempurnaan proposal penelitian ini.

Harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan motivasi khususnya bagi penulis sendiri dan para pembaca pada umumnya. Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan berkat-Nya, Amin.

Batam, 30 Juli 2021

Meilissa

DAFTAR ISI

Halaman

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR RUMUS	xiv

BAB I PENDAHULUAN.....	1
-------------------------------	----------

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	7
1.3 Batasan Masalah	7
1.4 Rumusan Masalah	7
1.5 Tujuan Penelitian	8
1.6 Manfaat Penelitian	9
1.6.1 Manfaat Teoritis.....	9

BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
-------------------------------------	-----------

2.1 Kajian Teori	11
2.1.1 Personal selling	11
2.1.2 Sales promotion	15
2.1.3 Distribusi.....	19
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	23
2.2 Penelitian Terdahulu	28
2.3.1 Pengaruh Personal selling Terhadap Keputusan Pembelian	31
2.3.2 Pengaruh Sales promotion Terhadap Keputusan Pembelian	32
2.3.3 Pengaruh Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian.....	32
2.4 Hipotesis	33

BAB III METODE PENELITIAN	35
3.1 Jenis Penelitian.....	35
3.2 Sifat Penelitian	35
3.3 Lokasi dan Periode Penelitian.....	35
3.3.1 Lokasi Penelitian.....	35
3.3.2 Periode Penelitian	36
3.4 Populasi dan Sampel	37
3.4.1 Populasi.....	37
3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel	37
3.4.3 Teknik Sampling.....	38
3.5 Sumber Data.....	39
3.6. Metode Penelitian	39
3.6.1. Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.6.2. Alat Pengumpulan Data	41
3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	42
3.7.1 Variabel Penelitian.....	42
3.8 Metode Analisis Data.....	44
3.8.1 Analisis Deskriptif	45
3.8.2 Uji Kualitas Data.....	45
3.8.3 Uji Asumsi Klasik.....	48
3.8.4 Uji Pengaruh	50
3.8.5 Uji Hipotesis	51
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	 53
4.1. Gambaran Umum dan Objek Penelitian	53
4.2. Deskriptif Karakter Responden.....	53
4.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
4.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	55
4.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pendidikan	55
4.2.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	56
4.2.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	57
4.2.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Sudah Berapa Kali Membeli	58
4.3. Deskriptif Jawaban Responden.....	58

4.3.1.	Analisis Deskriptif	58
4.4	Analisis Data	63
4.4.1.	Uji Kualitas Data	63
4.4.2	Hasil Uji Asumsi Dasar	69
4.4.3	Uji Pengaruh	73
4.5	Pengujian Hipotesis	77
4.5.1	Hasil Uji t	77
4.5.2	Hasil Uji F	78
4.6	Pembahasan	79
4.7	Implikasi Hasil Penelitian	82
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		83
5.1	Simpulan	83
5.2	Saran	84

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1	Laporan Penjualan Januari-Desember 2020.....	4
Tabel 1.2	Laporan Persediaan Januari-Desember 2020	6
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	29
Tabel 3.1	Periode Penelitian.....	36
Tabel 3.2	Skala Likert	41
Tabel 3.3	Operasional Variabel Penelitian.....	43
Tabel 4.1	Keterangan Kuesioner	54
Tabel 4.2	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
Tabel 4.3	Profil Responden Berdasarkan Usia.....	55
Tabel 4.4	Profil Responden Berdasarkan Status Pendidikan	56
Tabel 4.5	Profil Responden Berdasarkan Penghasilan.....	56
Tabel 4.6	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	57
Tabel 4.7	Profil Responden Berdasarkan Sudah Berapa Kali Membeli	58
Tabel 4.8	Kriteria Analisis Deskriptif	59
Tabel 4.9	Distribusi Jawaban Responden <i>Personal selling</i> (X1).....	59
Tabel 4.10	Distribusi Jawaban Responden <i>Sales promotion</i> (X2).....	60
Tabel 4.11	Distribusi Jawaban Responden Distribusi (X3)	61
Tabel 4.12	Distribusi Jawaban Responden Keputusan Pembelian (Y)	62
Tabel 4.13	Hasil Uji Validitas <i>Personal selling</i> (X1)	64
Tabel 4.14	Hasil Uji Validitas <i>Sales promotion</i> (X2)	64
Tabel 4.15	Hasil Uji Validitas Distribusi (X3).....	65
Tabel 4.16	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	66
Tabel 4.17	Uji Realibilitas Variabel <i>Personal selling</i> (X1)	67
Tabel 4.18	Uji Realibilitas Variabel <i>Sales promotion</i> (X2)	67
Tabel 4.19	Uji Realibilitas Variabel Distribusi (X3)	68
Tabel 4.20	Uji Realibilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	68
Tabel 4.21	Hasil Uji Multikolinearitas.....	71
Tabel 4.22	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	72
Tabel 4.23	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	74
Tabel 4.24	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	76
Tabel 4.25	Hasil Uji T.....	77
Tabel 4.26	Hasil Uji F	78

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	33
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas	69
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas (P-P Plot)	70

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 Sampel	37
Rumus 3.2 <i>Korelasi Product Moment</i>	46
Rumus 3.3 <i>Cronbach's Alpha</i>	47
Rumus 3.4 Regresi Linear Berganda	50
Rumus 3.5 Koefisien Determinasi (R^2)	51
Rumus 3.6 Uji f.....	52