

**PENGARUH PENJUALAN PRIBADI, KUALITAS
PRODUK DAN KEPERCAYAAN PEMBELIAN PADA
PT USAHA KIAT PERMATA**

SKRIPSI



**Oleh:
Bryan
190910050**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2023**

**PENGARUH PENJUALAN PRIBADI, KUALITAS
PRODUK DAN KEPERCAYAAN PEMBELIAN PADA
PT USAHA KIAT PERMATA**

SKRIPSI

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



**Oleh:
Bryan
190910050**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2023**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Bryan

NPM : 190910050

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “**Skripsi**” yang saya buat dengan judul:

“Pengaruh Penjualan Pribadi, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Pembelian Pada PT Usaha Kiat Permata”

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, 27 Januari 2023



Bryan
190910050

**PENGARUH PENJUALAN PRIBADI, KUALITAS
PRODUK DAN KEPERCAYAAN PEMBELIAN PADA
PT USAHA KIAT PERMATA**

SKRIPSI

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

**Oleh
Bryan
190910050**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
Seperti tertera dibawah ini**

Batam, 27 Januari 2023

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Hervenzus', written over a large, stylized blue oval mark.

**Hervenzus, S.Kom., M.Si.
Pembimbing**



ABSTRAK

PT. Usaha Kiat Permata adalah suatu perusahaan yang berada di Kota Batam yang menjual beras yang dapat dikatakan sebagai bahan pokok yang dikonsumsi masyarakat Indonesia. Tidak mudah untuk menjual beras di tengah banyaknya saingan dan naik turunnya harga bahan pokok dengan demikian, PT. Usaha Kiat Permata itu sendiri membutuhkan kerja keras untuk melakukan penjualan pribadi dengan menawarkan produk kepada konsumen serta kualitas produk yang diberikan sangat baik dan meningkatkan kepercayaan pembelian, namun demikian faktor-faktor yang digunakan oleh PT. Usaha Kiat Permata masih belum ideal yang berdampak terhadap keputusan pembelian. Dengan dapat diketahui tujuan yang dapat dilakukan antara penjualan pribadi, kualitas produk dan kepercayaan pembelian pada PT Usaha Kiat Permata. Metode deskriptif dan pendekatan kuantitatif digunakan untuk melakukan penelitian ini. Populasi yang akan digunakan dalam penelitian ini merupakan konsumen PT Usaha Kiat Permata dimana berdasarkan jumlah konsumen pada bulan Agustus tahun 2022 berjumlah 175. Oleh karena itu, jumlah populasi yang digunakan berjumlah 175 konsumen. Rumus Slovin digunakan untuk metode pengambilan sampel diketahui 124 responden. Dengan suatu teknik analisis data yang dapat digunakan dengan uji kualitas data, uji asumsi klasik, uji pengaruh dan uji hipotesis. Dalam hasil penelitian ditemukan yang dapat disimpulkan bahwa penjualan pribadi, kualitas produk dan kepercayaan pembelian telah dapat memberi suatu pengaruh secara parsial serta secara simultan dengan pengaruh yang positif serta signifikan yang ditujukan kepada keputusan pembelian pada PT Usaha Kiat Permata.

Kata Kunci : Penjualan Pribadi, Kualitas Produk, Kepercayaan Pembelian, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

PT. Kiat Permata Business is a company located in Batam City that sells rice which can be said to be the staple food consumed by Indonesian people. It is not easy to sell rice in the midst of many competitors and fluctuating prices of basic commodities, thus, PT. The Kiat Permata business itself requires hard work to carry out private sales by offering products to consumers and the quality of the products provided is very good and increases purchase confidence, however, the factors used by PT. Kiat Permata's business is still not ideal which has an impact on purchasing decisions. By knowing the goals that can be done between personal selling, product quality and purchase trust at PT Usaha Kiat Permata. Descriptive method and quantitative approach are used to conduct this research. The population that will be used in this study are consumers of PT Usaha Kiat Permata where based on the number of consumers in August 2022 there are 175. Therefore, the total population used is 175 consumers. The Slovin formula was used for the sampling method, which was known to 124 respondents. With a data analysis technique that can be used to test data quality, test the classical assumptions, test the influence and test the hypothesis. In the results of the study it was found that it could be concluded that personal selling, product quality and purchase trust have been able to give an influence partially and simultaneously with a positive and significant influence aimed at purchasing decisions at PT Usaha Kiat Permata.

Keywords: *Personal Selling, Product Quality, Purchase Trust, Purchase Decision*

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya sehingga penulis mampu menyelesaikan laporan tugas yang telah diberikan oleh pihak Universitas Putera Batam (UPB). Skripsi ini dibuat sebagai syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan, baik dari penulisan maupun tata bahasa yang digunakan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan wujud 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 Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam.
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
4. Bapak Heryenzus, S.Kom., M.Si. selaku Pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang telah memberikan ilmu dan wawasannya kepada penulis melalui materi perkuliahan.
6. Pihak responden karyawan PT Usaha Kiat Permata yang telah memberikan penulis kemudahan waktu dan kesempatan dalam melakukan penelitian dan menyelesaikan skripsi ini.
7. Ayah dan Ibu penulis yang senantiasa mendukung penulis dalam segala hal yang penulis lakukan.
8. Teman – teman yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu yang senantiasa selalu membantu baik moral maupun materi, sehingga saya dapat melanjutkan penyusunan Skripsi ini hingga selesai pada akhirnya.

Semoga Tuhan membalas kebaikan dan ketulusan semua pihak yang telah membantu menyelesaikan Skripsi ini dengan melimpahkan rahmat dan karuniannya.

Batam, 27 Januari 2023



Bryan



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMBUNG	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR RUMUS	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	8
1.3 Batasan Masalah	9
1.4 Rumusan Masalah.....	9
1.5 Tujuan Penelitian	10
1.6 Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Teori	13
2.1.1 Penjualan Pribadi	13
2.1.1.1 Pengertian Penjualan Pribadi	13
2.1.1.2 Faktor-Faktor Penjualan Pribadi	14
2.1.1.3 Manfaat Dan Tujuan Penjualan Pribadi.....	15
2.1.1.4 Indikator Penjualan Pribadi.....	16
2.1.2 Kualitas Produk.....	17
2.1.2.1 Pengertian Kualitas Produk.....	17
2.1.2.2 Jenis-Jenis Level Produk.....	18
2.1.2.3 Dimensi Kualitas Produk	19
2.1.2.4 Indikator Kualitas Produk	20
2.1.3 Kepercayaan Pembelian.....	21
2.1.3.1 Pengertian Kepercayaan Pembelian.....	21
2.1.3.2 Faktor-Faktor Kepercayaan	23
2.1.3.3 Jenis Kepercayaan.....	24
2.1.3.4 Indikator Kepercayaan Pembelian	24
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	25
2.1.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian	25
2.1.4.2 Motif Keputusan Pembelian	27
2.1.4.3 Tahapan Keputusan Pembelian.....	28
2.1.4.4 Indikator Keputusan Pembelian	29
2.2 Penelitian Terdahulu	30
2.3 Kerangka Pemikiran.....	32

2.3.1	Pengaruh Penjualan Pribadi Terhadap Keputusan Pembelian	32
2.3.2	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	33
2.3.3	Pengaruh Kepercayaan Pembelian Terhadap Keputusan Pembelian.....	33
2.3.4	Pengaruh Penjualan Pribadi, Kualitas Produk dan Kepercayaan Pembelian Terhadap Keputusan Pembelian.....	33
2.4	Hipotesis	34
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Jenis Penelitian.....	36
3.2	Sifat Penelitian.....	36
3.3	Lokasi dan Periode Penelitian.....	37
3.3.1	Lokasi Penelitian.....	37
3.3.2	Periode Penelitian	37
3.4	Populasi dan Sampel	38
3.4.1	Populasi.....	38
3.4.2	Teknik Penentuan Besar Sampel	38
3.4.3	Teknik <i>Sampling</i>	39
3.5	Sumber Data.....	40
3.6	Metode Pengumpulan Data.....	40
3.7	Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	41
3.7.1	Variabel Independen (X).....	42
3.7.2	Variabel Dependen (Y).....	42
3.8	Metode Analisis Data.....	43
3.8.1	Uji Statistik Deskriptif	44
3.8.2	Uji Kualitas Data.....	45
3.8.2.1	Uji Validitas	45
3.8.2.2	Uji Reliabilitas	46
3.8.3	Uji Asumsi Klasik	47
3.8.3.1	Uji Normalitas.....	47
3.8.3.2	Uji Multikolinearitas.....	47
3.8.3.3	Uji Heteroskedastisitas.....	48
3.8.4	Uji Pengaruh	49
3.8.4.1	Analisis Regresi Linier Berganda	49
3.8.4.2	Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	50
3.9	Uji Hipotesis	50
3.9.1	Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t.....	50
3.9.1	Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji F.....	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	53
4.2	Deskripsi Karakteristik Responden.....	54
4.2.1	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ..	54
4.2.2	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	55
4.2.3	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	55
4.2.4	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	56
4.3	Deskripsi Jawaban Responden.....	57
4.3.1	Deskriptif Penjualan Pribadi (X1)	58
4.3.2	Deskriptif Kualitas Produk (X2).....	60

4.3.3	Deskriptif Kepercayaan Pembelian (X3).....	61
4.3.4	Deskriptif Keputusan Pembelian (Y).....	62
4.4	Analisis Data.....	64
4.4.1	Uji Kualitas Data.....	64
4.4.1.1	Uji Validitas.....	64
4.4.1.2	Uji Reliabilitas.....	67
4.4.2	Uji Asumsi Klasik.....	68
4.4.2.1	Uji Normalitas.....	68
4.4.2.2	Uji Multikolinearitas.....	70
4.4.2.3	Uji Heteroskedastisitas.....	71
4.4.3	Uji Pengaruh.....	72
4.4.3.1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	72
4.4.3.2	Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	73
4.5	Pengujian Hipotesis.....	74
4.5.1	Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t.....	74
4.5.2	Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji F.....	75
4.6	Pembahasan.....	76
4.6.1	Pengaruh Penjualan Pribadi Terhadap Keputusan Pembelian.....	76
4.6.2	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	77
4.6.3	Pengaruh Kepercayaan Pembelian Terhadap Keputusan Pembelian.....	77
4.6.4	Pengaruh Penjualan Pribadi, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Pembelian Terhadap Keputusan Pembelian.....	78
4.7	Implikasi Hasil Penelitian.....	78
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Simpulan.....	81
5.2	Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA		83
Lampiran 1. Pendukung Penelitian		
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup		
Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian		

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	34
Gambar 4.1 Uji Normalitas Dengan Histogram	68
Gambar 4.2 Uji Normalitas Dengan Grafik <i>Normal P-P Plot</i>	69
Gambar 4.3 Uji Heteroskedastisitas	71

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Penjualan Sales PT Usaha Kiat Permata.....	4
Tabel 1.2 Pengembalian Produk Pada PT Usaha Kiat Permata	5
Tabel 1.3 Keluhan Konsumen Pada PT Usaha Kiat Permata.....	6
Tabel 1.4 Jumlah Konsumen Pada PT Usaha Kiat Permata.....	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	31
Tabel 3.1 Periode Penelitian.....	37
Tabel 3.2 Pemberian Skor Kusioner.....	41
Tabel 3.3 Operasional Variabel.....	42
Tabel 3.4 Kategori Rentang Skala.....	45
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	55
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	55
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Penghasilan.....	56
Tabel 4.5 Rentang Skala.....	58
Tabel 4.6 Deskriptif Penjualan Pribadi	58
Tabel 4.7 Deskriptif Kualitas Produk.....	60
Tabel 4.8 Deskriptif Kepercayaan Pembelian.....	61
Tabel 4.9 Deskriptif Keputusan Pembelian.....	63
Tabel 4.10 Uji Validitas Penjualan Pribadi (X1).....	65
Tabel 4.11 Uji Validitas Kualitas Produk (X2).....	65
Tabel 4.12 Uji Validitas Kepercayaan Pembelian (X3).....	66
Tabel 4.13 Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	66
Tabel 4.14 Uji Reliabilitas.....	67
Tabel 4.15 Hasil Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	69
Tabel 4.16 Uji Multikolinearitas	70
Tabel 4.17 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	72
Tabel 4.18 Hasil Uji Analisis Koefesien Determinasi (R^2).....	73
Tabel 4.19 Hasil Uji t (Parsial).....	74
Tabel 4.20 Hasil Uji f (Simultan).....	76

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 Slovin	38
Rumus 3.2 Rentang Skala	44
Rumus 3.3 Korelasi <i>Product Moment Pearson</i>	45
Rumus 3.4 <i>Alpha Cronbach</i>	46
Rumus 3.5 Regresi Linier Berganda	49
Rumus 3.6 Koefisien Determinasi (R^2).....	50
Rumus 3.7 Uji t	51
Rumus 3.8 Uji F	52