

**PENGARUH *PERSONAL SELLING*, PROMOSI DAN  
KETERSEDIAAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN *HANDPHONE* ADVAN PT MAJU  
TELEKOMUNIKASI BATAM**

**SKRIPSI**



**Oleh  
Jimmy  
190910066**

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

**PENGARUH *PERSONAL SELLING*, PROMOSI DAN  
KETERSEDIAAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN *HANDPHONE* ADVAN PT MAJU  
TELEKOMUNIKASI BATAM**

**SKRIPSI**

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



**Oleh  
Jimmy  
190910066**

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

## SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Jimmy  
NPM : 190910066  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora  
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

### **PENGARUH *PERSONAL SELLING*, PROMOSI DAN KETERSEDIAAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *HANDPHONE* ADVAN PT MAJU TELEKOMUNIKASI BATAM**

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, di dalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip di dalam 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, 14 Januari 2023



**Jimmy**  
190910066

**PENGARUH *PERSONAL SELLING*, PROMOSI DAN  
KETERSEDIAAN PRODUK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN *HANDPHONE* ADVAN  
PT MAJU TELEKOMUNIKASI BATAM**

**SKRIPSI**

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

**Oleh:  
Jimmy  
190910066**

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

**Batam, 14 Januari 2023**



**M. Khoiri, S.Pd., M.Pd  
Pembimbing**



**Universitas Putera Batam**

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis *Personal Selling*, Promosi, dan Ketersediaan Produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian *handphone* Advan PT Maju Telekomunikasi Batam. Fenomena keputusan pembelian di PT. Maju Telekomunikasi Batam, menunjukkan bahwa keputusan pembelian mengalami penjualan naik turun. Penelitian ini menggunakan tiga variabel independen yaitu variabel *personal selling*, variabel promosi, dan variabel ketersediaan produk. Metode teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah penyebaran kuesioner yang menggunakan teknik sampling yaitu *purposive sampling*, jumlah sampel yang digunakan sebanyak 169 orang. Penelitian ini menggunakan teknik analisa data, yaitu uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji koefisien determinan, dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel *personal selling* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, ketersediaan produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan, dan secara simultan *personal selling*, promosi, dan ketersediaan produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel-variabel yang terdapat dalam penelitian ini memiliki pengaruh sebesar 56,7% terhadap keputusan pembelian. Sisanya 43,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang berasal dari luar penelitian ini.

Kata Kunci: *Personal selling*; promosi; ketersediaan produk; Keputusan Pembelian.

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine and analyze Personal Selling, Promotion, Product Availability simultaneously influence the purchase decision of PT Maju Telekomunikasi Batam. Forward Telecommunications Batam. The phenomenon of purchasing decisions at PT Maju Telekomunikasi Batam, shows that purchasing decisions experience sales going up and down. This study uses three independent variables, namely personal selling variables, promotion variables, and product availability variables. The method of data collection techniques used in this study was distributing questionnaires using a sampling technique, namely purposive sampling, the number of samples used was 169 people. This study uses data analysis techniques, namely validity, reliability, classical assumption test, multiple linear regression analysis, determinant coefficient test, and hypothesis testing. The results of this study indicate that partially the personal selling variable has a positive and significant influence on purchasing decisions, promotion has a positive and significant influence on purchasing decisions, product availability has a positive and significant influence on decisions, and simultaneously personal selling, promotion, and product availability has a positive and significant influence on purchasing decisions. The variables contained in this study had an influence of 56,7% on purchasing decisions. The remaining 43,3% was influenced by other variables outside this study.*

*Key: Personal selling; promotion; product availability; Purchase Decision.*

## KATA PENGANTAR


Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen 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 Rolong, 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 M. Khoiri, S.Pd., M.Pd. Selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang tidak pernah lelah membimbing penulis dalam penulisan skripsi ini;
5. Dosen dan Staf Universitas Putera Batam yang selama ini sudah memberikan ilmu dan pengetahuan serta bimbingan kepada penulis;
6. Bapak Eky selaku koordinator PT Maju Telekomunikasi Batam yang sudah memberikan izin kepada penulis untuk mengadakan penelitian di perusahaan;
7. Seluruh karyawan PT Maju Telekomunikasi Batam yang sudah bekerja sama dalam pengumpulan data untuk keperluan skripsi;
8. Kedua orang tua dan keluarga penulis yang sudah memberikan kasih sayang yang tulus serta mendoakan, nasihat, dan memberikan semangat dalam penyusunan skripsi ini.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta berkat-Nya, Amin.

Batam, 14 Januari 2023



Jimmy





**Universitas Putera Batam**

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN SAMPUL.....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL.....</b>	<b>ii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b><i>ABSTRACT</i>.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR RUMUS .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1    Latar Belakang.....	1
1.2    Identifikasi Masalah.....	7
1.3    Batasan Masalah .....	7
1.4    Rumusan Masalah.....	8
1.5    Tujuan Penelitian .....	8
1.6    Manfaat Penelitian .....	9
1.6.1    Manfaat Teoritis.....	9
1.6.2    Manfaat Praktis .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSAKA .....</b>	<b>11</b>
2.1    Kajian Teori .....	11
2.1.1    Personal Selling .....	11
2.1.1.1    Pengertian <i>Personal Selling</i> .....	11
2.1.1.2    Faktor-faktor <i>Personal Selling</i> .....	12
2.1.1.3    Indikator <i>Personal Selling</i> .....	12
2.1.2    Promosi .....	13
2.1.2.1    Pengertian Promosi.....	13
2.1.2.2    Faktor-faktor Promosi .....	14
2.1.2.3    Indikator Promosi .....	15
2.1.3    Ketersediaan Produk.....	16
2.1.3.1    Pengertian Ketersediaan Produk .....	16

2.1.3.2	Faktor-faktor Ketersediaan Produk .....	17
2.1.3.3	Indikator Ketersediaan Produk .....	18
2.1.4	Keputusan Pembelian .....	19
2.1.4.1	Pengertian Keputusan Pembelian .....	19
2.1.4.2	Faktor-faktor Keputusan Pembelian.....	20
2.1.4.3	Indikator Keputusan Pembelian .....	21
2.2	Penelitian Terdahulu .....	22
2.3	Pengaruh Antar Variabel .....	24
2.3.1	Pengaruh <i>Personal Selling</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	24
2.3.2	Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian .....	25
2.3.3	Pengaruh Ketersediaan Produk terhadap Keputusan Pembelian .....	25
2.3.4	Pengaruh <i>Personal Selling</i> , Promosi, dan Ketersediaan Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	26
2.4	Kerangka Pemikiran .....	26
2.5	Hipotesis .....	27
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>28</b>
3.1	Jenis Penelitian .....	28
3.2	Sifat Penelitian .....	28
3.3	Lokasi dan Periode Penelitian.....	28
3.3.1	Lokasi Penelitian.....	28
3.3.2	Periode Penelitian .....	29
3.4	Operasional Variabel .....	30
3.4.1	Variabel Bebas (Independent Variable).....	30
3.4.2	Variabel Terikat .....	31
3.5	Populasi dan Sampel.....	32
3.5.1	Populasi.....	32
3.5.2	Sampel .....	32
3.6	Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.6.1	Sumber Data .....	34
3.6.2	Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.7	Metode Analisis Data.....	35
3.7.1	Analisis Deskriptif.....	35
3.7.2	Uji Kualitas Data .....	36
3.7.2.1	Uji Validitas .....	36

3.7.2.2	Uji Reliabilitas .....	37
3.7.3	Uji Asumsi Klasik.....	38
3.7.3.1	Uji Normalitas .....	38
3.7.3.2	Uji Multikolinearitas .....	38
3.7.3.3	Uji Heteroskedastisitas .....	39
3.7.4	Uji Pengaruh .....	40
3.7.4.1	Analisis Regresi Linear Berganda .....	40
3.7.4.2	Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R) .....	41
3.7.5	Uji Hipotesis .....	41
3.7.5.1	Uji t (Uji Parsial) .....	41
3.7.5.2	Uji F (Pengujian Secara Simultan).....	42
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>43</b>
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	43
4.1.1	Sejarah PT Maju Telekomunikasi Batam .....	43
4.1.2	Logo .....	43
4.1.3	Visi dan Misi.....	44
4.2	Hasil Penelitian .....	44
4.2.1	Deskripsi Karakteristik Responden .....	44
4.2.1.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
4.2.1.2	Responden Berdasarkan Usia .....	46
4.2.1.3	Responden Berdasarkan Pendidikan .....	47
4.2.2	Hasil Analisis Deskriptif.....	48
4.2.2.1	Hasil Analisis Deskripsi Variabel <i>Personal Selling</i> (X1) .....	48
4.2.2.2	Hasil Analisis Deskripsi Variabel Promosi (X2) .....	49
4.2.2.3	Hasil Analisis Deskripsi Variabel Ketersediaan Produk (X3) ....	50
4.2.2.4	Hasil Analisis Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	51
4.2.3	Uji Kualitas Data .....	53
4.2.3.1	Uji Validitas .....	53
4.2.3.2	Uji Reliabilitas.....	54
4.2.4	Uji Asumsi Klasik.....	54
4.2.4.1	Hasil Uji Normalitas.....	55
4.2.4.2	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	57
4.2.4.3	Hasil Uji Multikolinearitas .....	57
4.2.5	Uji Pengaruh .....	58

4.2.5.1	Regresi Linier Berganda.....	58
4.2.5.2	Koefisien Determinasi(R square) .....	60
4.2.6	Uji Hipotesis .....	61
4.2.6.1	Uji Parsial (Uji t) .....	61
4.2.6.2	Uji Simultan (Uji f) .....	62
4.3	Pembahasan .....	63
4.3.1	Pengaruh <i>Personal Selling</i> terhadap Keputusan Pembelian .....	63
4.3.2	Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian .....	63
4.3.3	Pengaruh Ketersediaan Produk terhadap Keputusan Pembelian .....	64
4.3.4	Pengaruh <i>Personal Selling</i> , Promosi, dan Ketersediaan Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	64
4.4	Implikasi Hasil Penelitian .....	65
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>67</b>
5.1	Simpulan .....	67
5.2	Saran .....	67
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>69</b>
Lampiran 1. Pendukung Penelitian .....		71
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup.....		107
Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian .....		109

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
<b>Gambar 1.1</b> Grafik Penjualan Handphone Advan PT Maju Telekomunikasi Batam Januari 2022—Oktober 2022 .....	4
<b>Gambar 4.1</b> Logo PT Maju Telekomunikasi Batam .....	43
<b>Gambar 4.2</b> Jenis Kelamin Responden.....	45
<b>Gambar 4.3</b> Usia Responden .....	46
<b>Gambar 4.4</b> Pendidikan Responden.....	47
<b>Gambar 4.5</b> Normal P-Plot .....	55
<b>Gambar 4.6</b> Histogram .....	56
<b>Gambar 4.7</b> Scatterplot.....	57

## DAFTAR TABEL

	Halaman
<b>Tabel 1.1</b> Data Penjualan <i>Handphone</i> Advan PT Maju Telekomunikasi Batam Januari 2022—Oktober 2022 .....	4
<b>Tabel 1.2</b> Data Jumlah Ketersediaan <i>Handphone</i> Advan PT Maju Telekomunikasi Batam Januari 2022—September 2022 .....	6
<b>Tabel 2.1</b> Penelitian Terdahulu.....	22
<b>Tabel 3.1</b> Jadwal Penelitian.....	29
<b>Tabel 3.2</b> Definisi Variabel Operasional Penelitian .....	31
<b>Tabel 3.3</b> Krejcie dan Morgan.....	33
<b>Tabel 3.4</b> Skala Likert .....	34
<b>Tabel 3.5</b> Rentang Skala.....	36
<b>Tabel 4.1</b> Jenis Kelamin Responden .....	45
<b>Tabel 4.2</b> Usia Responden.....	46
<b>Tabel 4.3</b> Pendidikan Responden .....	47
<b>Tabel 4.4</b> Rentang Skala.....	48
<b>Tabel 4.5</b> Hasil Pernyataan Responden tentang Variabel <i>Personal Selling</i> .....	49
<b>Tabel 4.6</b> Hasil Pernyataan Responden tentang Variabel Promosi .....	50
<b>Tabel 4.7</b> Hasil Pernyataan Responden tentang Ketersediaan Produk.....	51
<b>Tabel 4.8</b> Hasil Pernyataan Responden tentang Keputusan Pembelian .....	52
<b>Tabel 4.9</b> Hasil Uji Validitas .....	53
<b>Tabel 4.10</b> Hasil Uji Reliabilitas .....	54
<b>Tabel 4.11</b> Hasil Uji Normalitas Kolmogrov-Smirnov .....	56
<b>Tabel 4.12</b> Hasil Uji Multikolinearitas .....	58
<b>Tabel 4.13</b> Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	59
<b>Tabel 4.14</b> Hasil Uji Determinan .....	60
<b>Tabel 4.15</b> Hasil Uji Parsial .....	61
<b>Tabel 4.16</b> Hasil Uji Simultan .....	62

## DAFTAR RUMUS

	Halaman
<b>Rumus 3.1</b> Rentang Skala .....	36
<b>Rumus 3.2</b> Korelasi <i>Product Moment</i> .....	37
<b>Rumus 3.3</b> Reliabilitas .....	38
<b>Rumus 3.4</b> Regresi Linier Berganda .....	40
<b>Rumus 4.1</b> Rentang Skala .....	48