

**ANALISIS *PERSONAL SELLING* DAN EKUITAS
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA PT YAMAHA ALFA SCORPI DI KOTA BATAM**

SKRIPSI



**Oleh:
Hexa Nico Yudi Setyawan
140610044**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
2018**

**ANALISIS *PERSONAL SELLING* DAN EKUITAS
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA PT YAMAHA ALFA SCORPI DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

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



**Oleh:
Hexa Nico Yudi Setyawan
140610044**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
2018**

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana, dan/atau magister), baik di Universitas Putera Batam maupun di perguruan tinggi lain;
2. Skripsi ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing;
3. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka;
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Batam, 03 Februari 2018

Yang membuat pernyataan,

Hexa Nico Yudi Setyawan

140610044

**ANALISIS *PERSONAL SELLING* DAN EKUITAS
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA PT YAMAHA ALFA SCORPI DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

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

**Oleh
Hexa Nico Yudi Setyawan
140610044**

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

Batam, 03 Februari 2017

**Suhardi, S.E., M.M.
Pembimbing**

KATA PENGANTAR

Segala puji kepada 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. Rektor Universitas Putera Batam Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI.,
2. Dekan Fakultas Ekonomi Bapak Dr. Jontro Simanjuntak, S.E., M.M.,
3. Ketua Program Studi Manajemen Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si.
4. Bapak Suhardi, S.E., M.M. selaku pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Putera Batam
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam
6. Kedua orang tua penulis yaitu Bapak Jasman dan Almarhum Ibu Marini yang selalu memberikan dorongan semangat serta mengirimkan doa yang tulus.
7. Kakak dan adik tercinta juga anggota keluarga dan kerabat yang senantiasa memberikan doa dan dukungan semangat kepada penulis.
8. Semua teman-teman mahasiswa jurusan manajemen perbankan yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu
9. Semua staff PT Yamaha Alfa Scorpi
10. Seluruh responden yang telah berpartisipasi dalam pengisian kuesioner

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufikNya, Amin.

Batam, 03 Februari 2018

Hexa Nico Yudi Setyawan
140610044

ABSTRAK

Keputusan pembelian merupakan prioritas utama bagi suatu perusahaan. Faktor-faktor yang diduga mempengaruhi keputusan pembelian adalah *personal selling* dan ekuitas merek. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui analisis *personal selling* dan ekuitas merek terhadap keputusan pembelian pada PT Yamaha Alfa Scorpi di Kota Batam baik secara parsial maupun simultan. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel bebas dan satu variabel terikat, yaitu *personal selling* (X1) dan ekuitas merek (X2) berperan sebagai variabel bebas dan keputusan pembelian (Y) berperan sebagai variabel terikat. Penelitian ini bertujuan menjawab pertanyaan *research* (penelitian) yaitu apakah keputusan pembelian dipengaruhi oleh *personal selling* dan ekuitas merek. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan model analisis regresi linear berganda, dengan jumlah sampel sebanyak 196 konsumen. Pengumpulan data primer penelitian dilakukan dengan metode kuesioner. Data hasil pengisian kuesioner diolah dengan menggunakan program SPSS 22. Dari hasil dapat diketahui bahwa nilai t hitung variabel *personal selling* (X1) adalah sebesar 2.446 t tabel 1.962 dan nilai signifikan $0.00 < 0.05$, dan variabel ekuitas merek (X2) adalah sebesar 11.444 t hitung $> t$ tabel yaitu, 1.962 dan nilai signifikan $0.00 < 0.05$. Menunjukkan bahwa variabel *personal selling* dan ekuitas merek berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. Hasil uji f menunjukkan nilai f hitung sebesar 127.159 > 1.962 menunjukkan bahwa *Personal Selling* (X1) dan Ekuitas Merek (X2) secara bersama-sama berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) Pada PT Yamaha Alfa Scorpi di Kota Batam.

Kata Kunci: *Personal Selling*, Ekuitas Merek dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Purchasing decisions are a top priority for a company. Factors that allegedly influence purchasing decisions are personal selling and brand equity. This study aims to determine the analysis of personal selling and brand equity on purchasing decisions at PT Yamaha Alfa Scorpi in Batam City either partially or simultaneously. In this research, there are two independent variables and one dependent variable, personal selling (X1) and brand equity (X2) acting as independent variable and purchasing decision (Y) acting as dependent variable. This study aims to answer research questions (research) is whether purchasing decisions are influenced by personal selling and brand equity. This research is a quantitative research with multiple linear regression analysis model, with the number of samples of 196 consumers. The primary data were collected by questionnaire method. The result data of filling questionnaire was processed by using SPSS 22 program. From the result it can be seen that the value of t arithmetic of personal selling variable (X1) is 2,446 t table 1,962 and significant value is $0.00 < 0.05$, and variable equity brand (X2) is 11.444 t arithmetic $> t$ table ie, 1.962 and significant value $0.00 < 0.05$. Indicates that personal selling and brand equity variables significantly influence purchasing decision variables. The result of f test shows that the value of f count of 127.159 > 1.962 indicates that Personal Selling (X1) and Brand Equity (X2) together influence on Purchase Decision (Y) at PT Yamaha Alfa Scorpi in Batam City.

Keywords: Personal Selling, Brand Equity, and Purchase Decision

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PENGESAHAN	i
KATA PENGANTAR.....	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR RUMUS.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	7
1.3. Batasan Masalah	8
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
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Teori Dasar.....	11
2.1.1. Keputusan Pembelian.....	11
2.1.1.1. Pengertian Keputusan Pembelian	11
2.1.1.2. Indikator Keputusan Pembelian.....	16
2.1.2. <i>Personal Selling</i>	17
2.1.2.1. Pengertian <i>personal selling</i>	17
2.1.2.2. Indikator <i>personal selling</i>	27
2.1.3. Ekuitas Merek	28
2.1.3.1. Pengertian Ekuitas Merek	28
2.1.3.2. Indikator Ekuitas Merek	39
2.2. Penelitian Terdahulu	39
2.3. Kerangka Pemikiran.....	42
2.4. Hipotesis	43
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1. Desain Penelitian	44
3.2. Operasional Variabel	44
3.2.1. Variabel Dependen.....	44
3.2.2. Variabel Independen	45
3.3. Populasi dan Sampel	47
3.3.1. Populasi.....	47

3.3.2.	Sampel.....	47
3.4.	Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.5.	Metode Analisis Data.....	50
3.5.1.	Analisis Deskriptif	50
3.5.2.	Uji Kualitas Data.....	51
3.5.2.1.	Uji Validitas	51
3.5.2.2.	Uji Realibilitas	52
3.5.3.	Uji Asumsi Klasik.....	53
3.5.3.1.	Uji Normalitas.....	53
3.5.3.2.	Uji Multikolinearitas	54
3.5.3.3.	Uji Heteroskedastisitas.....	54
3.5.4.	Uji Pengaruh	55
3.5.4.1.	Uji Regresi Linear Berganda	55
3.6.	Uji Hipotesis	56
3.6.1.	Pengujian Secara Simultan (Uji F)	56
3.6.2.	Pengujian Secara Parsial (Uji T).....	56
3.6.3.	Analisis Koefisien Determinasi (R ²).....	57
3.7.	Tempat dan Waktu Penelitian.....	58

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1.	Karakteristik Responden.....	59
4.1.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
4.1.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	60
4.1.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	61
4.1.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	61
4.1.5.	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	62
4.2.	Hasil Penelitian	62
4.2.1.	Analisis Deskriptif	64
4.2.1.1.	Deskriptif Variabel <i>Personal Selling</i> (X1).....	64
4.2.1.2.	Deskriptif Variabel Ekuitas Merek (X2).....	65
4.2.1.3.	Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y)	67
4.3.	Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	68
4.4.	Uji Asumsi Klasik.....	70
4.4.1.	Uji Normalitas.....	70
4.4.2.	Uji Multikolinearitas	73
4.4.3.	Uji Heteroskedastisitas.....	74
4.5.	Uji Pengaruh	75
4.5.1.	Analisis Regresi Linear Berganda	75
4.6.	Uji Hipotesis	77
4.6.1.	Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	77
4.6.2.	Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji T).....	78
4.6.3.	Analisis Koefisien Determinasi (R ²).....	79
4.7.	Pembahasan.....	80

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1.	Kesimpulan	88
5.2.	Saran	86

DAFTAR PUSTAKA	87
-----------------------------	-----------

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	42
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	60
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	61
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	62
Gambar 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	63
Gambar 4.6 <i>Histogram</i>	71
Gambar 4.7 <i>Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual</i>	72
Gambar 4.8 <i>Scatterplot</i>	75

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1 Data Penjualan Sepeda Motor Honda dan Yamaha di Indonesia	3
Tabel 1.2 Data Penjualan Sepeda Motor Semua Tipe Dealer Yamaha Alfa Scorpi di Kota Batam	4
Tabel 2.1 Keterlibatan Keputusan Pembelian.....	16
Tabel 2.2 Manfaat Merek Menurut Kottler.....	32
Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu	40
Tabel 3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	46
Tabel 3.2 Skala <i>Likert</i>	50
Tabel 3.3 Kriteria Analisis Deskriptif.....	51
Tabel 3.4 <i>Range</i> Validitas	52
Tabel 3.5 Indeks Koefisien Reliabilitas	53
Tabel 3.6 Waktu Penelitian	58
Tabel 4.1 Deskriptif Variabel <i>Personal Selling</i> (X1).....	64
Tabel 4.2 Deskriptif Variabel Ekuitas Merek (X2).....	65
Tabel 4.3 Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y)	67
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Instrumen	69
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	70
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	73
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinearitas	74
Tabel 4.8 Hasil Persamaan Regresi.....	76
Tabel 4.9 Pengujian Hipotesis Secara Simultan	77
Tabel 4.10 Pengujian Hipotesis Secara Parsial	78
Tabel 4.11 Koefisien Determinasi.....	79
Tabel 4.12 Hasil Penelitian	82

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 Sampel Slovin.....	47
Rumus 3.2 Regresi Linear Berganda	55
Rumus 3.3 Koefisien Determinasi R^2	57

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
Lampiran 2 Data Kuesioner
Lampiran 3 Hasil Uji