

**PENGARUH *PERSONAL SELLING* DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA PT PIONIKA AUTOMOBIL DI
KOTA BATAM**

SKRIPSI



**Oleh:
Charlis
150910134**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2019**

**PENGARUH *PERSONAL SELLING* DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA PT PIONIKA AUTOMOBIL DI
KOTA BATAM**

SKRIPSI

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



**Oleh:
Charlis
150910134**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2019**

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, 1 Febuari 2019

Yang membuat pernyataan,



Charlis
150910134

**PENGARUH *PERSONAL SELLING* DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA PT PIONIKA AUTOMOBIL DI
KOTA BATAM**

SKRIPSI

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

**Oleh
Charlis
150910134**

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

Batam, 1 Febuari 2019

A handwritten signature in blue ink, consisting of a large, stylized 'T' followed by a series of loops and a long horizontal stroke extending to the right.

**Titik Efnita, S.E., M.M.
Pembimbing**

ABSTRAK

Di zaman yang semakin berkembang ini, kita membutuhkan transportasi untuk beraktivitas dalam kegiatan sehari-hari. Dengan semakin banyaknya pilihan dalam tipe mobil, maka dibutuhkan *personal selling* seorang wiraniaga untuk membantu pembeli mengenal produk dan membutuhkan inovasi dalam kualitas produk agar pembeli tertarik untuk melakukan pembelian produk tersebut. Keputusan pembelian dipengaruhi oleh penilaian pelayanan dari seorang wiraniaga, harga, kualitas produk bahkan promosi. Wiraniaga dipenelitian ini dimaksud sebagai orang yang melakukan penjualan produk secara langsung ke pembeli. *Feature*, *performance*, kesesuaian dengan spesifikasi, daya tahan mesin, dan kualitas yang dipersepsikan masing-masing produk juga berpengaruh besar pada keputusan calon pembeli dalam memilih tipe mobil yang sesuai. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *personal selling* dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada PT Pionika Automobil di Kota Batam. Sampel dalam penelitian ini adalah pembeli yang telah melakukan pembelian mobil dari PT Pionika Automobil. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuisioner kepada 112 sampel menggunakan teknik *random sampling*. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dan analisis deskriptif. Uji yang terdapat dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda dan koefisien determinasi, juga uji hipotesis melalui uji t dan uji F. Uji F menunjukkan bahwa *personal selling* dan kualitas produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Uji t menunjukkan bahwa secara parsial *personal selling* dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: *Personal Selling*; Kualitas Produk; Keputusan Pembelian

ABSTRACT

In this developing era, we need transportation for daily activities. With more types of car, personal selling of salesperson is needed for customer to get to know more about the product and innovation in product quality to make customer interested to purchase the product. Purchase decision is affected by service value from salesperson, price, product quality even promotion. Salesperson in this research is the person who did the product selling directly to customer. Feature, performance, conformity with specification, engine durability, and product quality which perceived by each product also much affect to customer purchase decision in choosing the convenient car. This research aims to determine the effect of personal selling and product quality on purchasing decisions at PT Pionika Automobil in Batam City. The sample in this research were buyers who had purchased car from PT Pionika Automobil. The data were collected through questionnaire and distributed to one hundred and twelve respondents using random sampling method. This research is quantitative researches and descriptive analysis. This analysis includes validity, reliability, classic assumption test, multiple linear regression test and coefficient of determination (R^2) analysis, along with hypothesis testing via t test and F test. All the statement had been tested were valid and reliable. F test showed that personal selling and product quality positively and simultaneously has significant effect on purchasing decisions. And t test shows that partially personal selling and product quality have a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords: *Personal Selling; Product Quality; Purchase Behaviour*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur 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 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. Nul Elfi Husda, S.Kom., M.SI. selaku Rektor Universitas Putera Batam;
2. Bapak Suhardianto, S.Hum., M.Pd. selaku Dekan Universitas Putera Batam;
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
4. Ibu Titik Efnita, S.E., M.M selaku pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam;
6. Orang Tua saya yang selalu memberi semangat kepada saya;
7. Seluruh teman-teman seperjuangan yang telah memberikan dukungan dan bantuan selama masa perkuliahan serta dalam masa penyusunan skripsi ini.
8. Para responden atas partisipasi dan dukungannya.
9. Dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

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

Batam, 1 Febuari 2019

Charlis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL DEPAN.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR RUMUS	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	4
1.3 Batasan Masalah	4
1.4 Rumusan Masalah.....	5
1.5 Tujuan Penelitian	5
1.6 Manfaat Penelitian	6
1.6.1 Manfaat Teoritis.....	6
1.6.2 Manfaat Praktis.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1. Teori Dasar	7
2.1.1. <i>Personal Selling</i>	7
2.1.1.1. Pengertian Personal Selling	7
2.1.1.2. Langkah-langkah Personal Selling	9
2.1.1.3. Ciri-ciri Personal Selling	10
2.1.1.4. Indikator Personal Selling.....	11
2.1.2. Kualitas Produk	12
2.1.2.1. Pengertian Kualitas Produk	12
2.1.2.2. Dimensi Kualitas Produk.....	12
2.1.2.3. Indikator Kualitas Produk.....	14

2.1.3.	Keputusan Pembelian	14
2.1.3.1.	Pengertian Keputusan Pembelian	14
2.1.3.2.	Langkah-Langkah Dalam Proses Keputusan Pembelian	15
2.1.3.3.	Karakteristik Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	16
2.1.3.4.	Peranan Dalam Proses Keputusan Pembelian.....	18
2.1.3.5.	Indikator Keputusan Pembelian.....	19
2.2.	Penelitian Terdahulu	19
2.3.	Kerangka Pemikiran	24
2.4.	Hipotesis	24
BAB III METODE PENELITIAN		25
3.1.	Desain Penelitian	25
3.2	Operasional Variabel	25
3.2.1	Variabel bebas	26
3.2.1.1	Personal Selling	26
3.2.1.2	Kualitas Produk	26
3.2.2	Variabel terikat	26
3.2.2.1	Keputusan Pembelian	26
3.3	Populasi dan Sampel.....	28
3.3.1	Populasi.....	28
3.3.2	Sampel	28
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.5	Metode Analisis Data.....	31
3.5.1	Analisis Deskriptif	31
3.5.2	Uji Kualitas Data	32
3.5.2.1	Uji Validitas.....	32
3.5.2.2	Uji Reliabilitas	33
3.5.3	Uji Asumsi Klasik.....	33
3.5.3.1	Uji Normalitas	34
3.5.3.2	Uji Multikolinearitas.....	34
3.5.3.3	Uji Heteroskedastisitas	35
3.5.4	Uji Pengaruh	35
3.5.4.1	Uji Regresi Linear Berganda	35
3.5.4.2	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	36
3.5.5.	Uji Hipotesis	36
3.5.5.1.	Uji T (Parsial)	36
3.5.5.2.	Uji F (Simultan).....	37

3.6	Lokasi Dan Jadwal Penelitian.....	37
3.6.1	Lokasi Penelitian	37
3.6.2	Jadwal Penelitian	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		39
4.1	Gambaran Umum Perusahaan	39
4.2	Hasil Penelitian.....	39
4.2.1.	Profil Responden	39
4.2.1.1.	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
4.2.1.2.	Profil Responden Berdasarkan Umur	40
4.2.1.3.	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	41
4.2.1.4.	Profil Responden Berdasarkan Pendapatan	42
4.2.2.	Analisis Deskriptif	42
4.2.2.1.	Deskriptif Variabel Personal Selling (X_1).....	42
4.2.2.2.	Deskriptif Variabel Kualitas Produk (X_2).....	44
4.2.2.3.	Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y)	45
4.2.3.	Hasil Uji Kualitas Data	46
4.2.3.1.	Hasil Uji Validitas Data.....	46
4.2.3.1.1.	Hasil Uji Validitas Data X_1 (<i>Personal Selling</i>).....	46
4.2.3.1.2.	Hasil Uji Validitas Data X_2 (Kualitas Produk)	47
4.2.3.1.3.	Hasil Uji Validitas Data Y (Keputusan Pembelian).....	47
4.2.3.2.	Hasil Uji Reliabilitas Data	48
4.2.3.2.1.	Hasil Uji Reliabilitas Data X_1 (<i>Personal Selling</i>).....	48
4.2.3.2.2.	Hasil Uji Reliabilitas Data X_2 (Kualitas Produk).....	49
4.2.3.2.3.	Hasil Uji Reliabilitas Data Y (Keputusan Pembelian).....	49
4.2.4.	Hasil Uji Asumsi Klasik	49
4.2.4.1.	Hasil Uji Normalitas	49
4.2.4.2.	Hasil Uji Multikolinearitas	51
4.2.4.3.	Hasil Uji Heteroskedastisitas	52
4.2.5.	Hasil Uji Pengaruh.....	53
4.2.5.1.	Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	53
4.2.5.2.	Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	54
4.2.6.	Hasil Uji Hipotesis.....	55
4.2.6.1.	Hasil Uji T (Parsial).....	55
4.2.6.2.	Hasil Uji F (Simultan)	56
4.3	Pembahasan	57
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		59

5.1	Kesimpulan	59
5.2	Saran	60
	DAFTAR PUSTAKA	61

SURAT IZIN PENELITIAN
DAFTAR RIWAYAT HIDUP

- LAMPIRAN 1.** Kuesioner
LAMPIRAN 2. Tabulasi Hasil Input Kuisisioner
LAMPIRAN 3. Hasil Pengelolaan Data (Output SPSS)
LAMPIRAN 4. Tabel R
LAMPIRAN 5. Tabel t
LAMPIRAN 6. Tabel F

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	24
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas (Histogram).....	50
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas (P-Plot).....	50
Gambar 4.3 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	52

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1 Penjualan PT Pionika Automobil selama bulan Juli - Oktober 2018	3
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	27
Tabel 3.2 Skala Likert pada Teknik Pengumpulan Data	31
Tabel 3.3 Range Validitas.....	32
Tabel 3.4 Indeks Koefisien Reliabilitas	33
Tabel 3.5 Jadwal Penelitian	38
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Umur	40
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	41
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan	42
Tabel 4.5 Deskriptif Variabel <i>Personal Selling</i> (X_1)	42
Tabel 4.6 Deskriptif Variabel Kualitas Produk (X_2).....	44
Tabel 4.7 Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y)	45
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Data <i>Personal Selling</i> (X_1)	46
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Data Kualitas Produk (X_2)	47
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Data Keputusan Pembelian (Y)	47
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas Data <i>Personal Selling</i> (X_1).....	48
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas Data Kualitas Produk (X_2)	49
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas Data Keputusan Pembelian (Y).....	49
Tabel 4.14 Hasil Uji Normalitas	51
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinearitas	52
Tabel 4.16 Hasil Uji Heteroskedastisitas	53
Tabel 4.17 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	53
Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	54
Tabel 4.19 Hasil Uji T (Parsial).....	55
Tabel 4.20 Hasil Uji F (Simultan).....	56

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 Teknik Slovin	29
Rumus 3.2 Regresi Linear Berganda	35