



**PENGARUH PRODUK, *PERSONAL SELLING* DAN PROMOSI  
PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL  
TOYOTA KIJANG INNOVA DI KECAMATAN  
CINERE DEPOK**

**SKRIPSI**

**HERMAWATI HANDAYANI**

**1410111082**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA  
2018**



**PENGARUH PRODUK, *PERSONAL SELLING* DAN PROMOSI  
PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL  
TOYOTA KIJANG INNOVA DI KECAMATAN  
CINERE DEPOK**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi**

**HERMAWATI HANDAYANI**

**1410111082**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA  
2018**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang di rujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Hermawati Handayani

NIM : 1410111082

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 03 Juli 2018

Yang menyatakan,



Hermawati Handayani

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Hermawati Handayani  
NIM : 1410111082  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : S1 Manajemen  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Non Ekklusif ( *Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul :

**Pengaruh Produk, *Personal Selling* dan Promosi Penjualan terhadap  
Keputusan pembelian Mobil Toyota Kijang Innova  
di Kecamatan Cinere Depok**

Beserta Perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data ( *database* ), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta  
Pada Tanggal : 03 Juli 2018

Yang Menyatakan



Hermawati Handayani

## SKRIPSI

### PENGARUH PRODUK, *PERSONAL SELLING* DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL TOYOTA KIJANG INNOVA DI KECAMATAN CINERE, DEPOK

Dipersiapkan dan disusun oleh:

**HERMAWATI HANDAYANI**  
1410111082

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji  
Pada tanggal: 03 Juli 2018  
Dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



**Yuliniar S.E., M.M.**  
Ketua Penguji



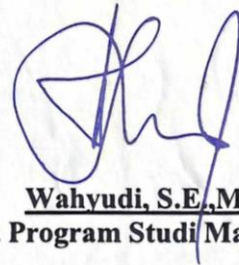
**Rosali, S.E., M.M.**  
Penguji I



**Diana Triwardhani, S.E., M.M.**  
Penguji II (Pembimbing I)



**Dr. Prasetyo Hadi, S.E., M.M., CFMP.**  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



**Wahyudi, S.E., M.M.**  
Ketua Program Studi Manajemen S1

Ditetapkan di : Jakarta  
Tanggal Ujian : 03 Juli 2018

***PRODUCT INFLUENCE, PERSONAL SELLING AND SALES PROMOTION OF TOYOTA KIJANG INNOVA CAR PURCHASE DECISION IN KECAMATAN CINERE DEPOK***

***By***

**Hermawati Handayani**

***Abstract***

*This research is a quantitative research that aims to determine the effect of products, personal selling and sales promotion of purchasing decisions. The population in this research is the people of Kecamatan Cinere Depok. The sample size was taken as many as 75 respondents, with non probability sampling method, especially purposive sampling. Data collection was done through questionnaire distribution. Analytical technique used is the method of analysis PLS (Partial Least Square). The result of this study indicate that (1) Product has significant influence on purchase decision with the coefficient value of 0,477. (2) Personal Selling has significant influence on purchase decision with the coefficient value of 0,569. (3) Sales Promotion have no significant effect on purchase decision with the coefficient value -0,101.*

*Keyword : Product, Personal Selling, Sales Promotion, Purchase Decision.*

**PENGARUH PRODUK, *PERSONAL SELLING* DAN PROMOSI  
PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL TOYOTA  
KIJANG INNOVA DI KECAMATAN CINERE DEPOK**

**Oleh**

**Hermawati Handayani**

**Abstrak**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh produk, *personal selling* dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kecamatan Cinere Depok. Ukuran Sampel diambil sebanyak 75 orang responden, dengan metode *non probability sampling* khususnya purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah metode analisis PLS (*Partial Least Square*). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) produk memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,477. (2) *personal selling* memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,569. (3) promosi penjualan memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien jalur sebesar -0,101.

Kata Kunci : Produk, *Personal Selling*, Promosi Penjualan, dan Keputusan Pembelian



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Sekretariat : Jl RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7692856, 7692859 Fax. 7692856  
Homepage : <http://www.upnvj.ac.id> Email : [puskom@upnvj.ac.id](mailto:puskom@upnvj.ac.id)

**BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI  
SEMESTER GENAP TA. 2017/2018**

Hari ini Selasa, tanggal 03 Juli 2018, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : HERMAWATI HANDAYANI

No.Pokok Mahasiswa : 1410111082

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :  
**Pengaruh Produk, Personal Selling, Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Kijang Innova Kecamatan Cinere, Depok**  
Dinyatakan yang bersangkutan **Lulus / ~~Tidak Lulus~~ \*)**

Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Yuliniar, SE, MM	Ketua	
2	Rosali, SE, MM	Anggota I	
3	Diana Triwardhani, SE, MM	Anggota II **)	3. .... 

Keterangan :

\*) Coret yang tidak perlu  
\*\*) Dosen Pembimbing

Jakarta, 03 Juli 2018  
Mengesahkan  
A.n: DEKAN  
Kaprod. Manajemen S.1  
  
Wahyudi, SE, MM



## PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT dan Nabi Muhammad SAW atas segala karunia, rahmat serta hidayah-Nya sehingga skripsi ini berhasil dijalankan. Judul yang dipilih dalam skripsi ini adalah **“Pengaruh Produk, Personal Selling dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Kijang Innova di Kecamatan Cinere, Depok”**. Terima kasih penulis ucapkan kepada Bapak Dr. Prasetyo Hadi, S.E.,M.M.,CFMP. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Ibu Dr. Jubaedah, S.E.,M.M. Selaku Kepala Jurusan Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Bapak Drs. Nurmatias, M.M. Selaku Sekretaris Jurusan Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan Bapak Wahyudi, S.E.,M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Terima kasih penulis ucapkan kepada Ibu Diana Triwardhani, SE, MM sebagai dosen pembimbing I dan Bapak Jenji Gunaedi Argo, SE, MM selaku dosen pembimbing II serta dosen-dosen dan tenaga kependidikan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN Veteran Jakarta yang telah banyak memberikan kesempatan arahan dan saran yang sangat bermanfaat bagi penulis.

Disamping itu, ucapan terima kasih juga disampaikan kepada kedua orang tua tercinta dan adik saya yang tidak henti-hentinya memberikan penulis semangat dan doa dalam menyelesaikan usulan penelitian ini.

Penulis juga sampaikan kepada sahabat-sahabat terdekat yang sangat berjasa dalam penelitian ini yaitu, Chyntia Savitri, Kak Agni, Akhmad Ridwan Fauzie, Ahmad Fauzi, Maula Husnatu, Wiwi Mustika, Alike Qurota, Deby Ambar, Nada Nurmaya, Dwi Noviani, dan Fadilla Rakhma serta Teman-teman seperjuangan Manajemen S1 angkatan 2014 yang penulis tidak bisa sebutkan satu persatu tanpa mengurangi rasa hormat yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

Jakarta, 03 Juli 2018

Hermawati Handayani

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	<b>iv</b>
<b>PENGESAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vii</b>
<b>BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI</b> .....	<b>viii</b>
<b>PRAKATA</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
I.1 Latar Belakang.....	1
I.2 Rumusan Masalah.....	4
I.3 Tujuan Penelitian.....	4
I.4 Manfaat Penelitian.....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA, MODEL PENELITIAN DAN HIPOTESIS</b> .....	<b>6</b>
II.1 Tinjauan Pustaka.....	6
II.1.1 Keputusan pembelian, produk, <i>personal selling</i> dan promosi penjualan.....	6
II.1.1.1 Keputusan Pembelian .....	10
II.1.1.2 Produk.....	14
II.1.1.3 <i>Personal Selling</i> .....	17
II.1.1.4 Promosi Penjualan .....	21
II.1.2 Produk dan Keputusan Pembelian.....	24
II.1.3 <i>Personal Selling</i> dan Keputusan Pembelian.....	25
II.1.4 Promosi Penjualan dan Keputusan Pembelian .....	26
II.2 Kerangka Pemikiran .....	27
II.3 Hipotesis.....	28
II.3.1 Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	28
II.3.2 <i>Personal Selling</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	29
II.3.2 Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian.....	29
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>31</b>
III.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	31
III.1.1 Definisi Operasional.....	31
III.2 Metode Penentuan Populasi dan Sampel .....	32

III.2.1	Populasi .....	32
III.2.2	Sampel.....	32
III.3	Teknik Pengumpulan Data.....	33
III.3.1	Jenis Data .....	33
III.3.2	Sumber Data .....	33
III.3.3	Pengumpulan Data .....	33
III.4	Teknik Analisa Data dan Uji Hipotesis.....	34
III.4.1	Teknik Analisis Data.....	34
III.4.1.1	Analisis Deskriptif .....	34
III.4.1.2	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	35
III.4.1.3	<i>Partial Least Square (PLS)</i> .....	36
III.4.1.4	Cara Kerja <i>Partial Least Square (PLS)</i> .....	36
III.4.1.5	Langkah-langkah PLS .....	37
III.4.2	Uji Hipotesis.....	37
III.4.2.1	Uji Signifikan Parsial (Uji T).....	37
III.4.2.2	Koefisien Determinasi (Uji $R^2$ ).....	38
III.5	Kerangka Model Penelitian.....	38
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>35</b>
IV.1	Deskripsi objek penelitian .....	40
IV.1.1	Sejarah Toyota Kijang Innova.....	40
IV.1.2	Deskripsi Data.....	42
IV.1.2.1	Deskripsi Data Responden .....	42
IV.1.2.2	Analisis Deskriptif .....	44
IV.1.3	Analisis Data dan Uji Hipotesis .....	49
IV.1.3.1	Uji Validitas dan Uji Reabilitas PLS .....	49
IV.1.3.2	Model Pengukuran (Outer Model).....	49
IV.1.3.3	Uji Validitas Konvergen .....	52
IV.1.3.4	Uji Validitas Diskriminan.....	53
IV.1.3.5	Uji Reabilitas PLS.....	54
IV.1.3.6	Model Struktural (Inner Model).....	55
IV.1.3.7	R Square.....	56
IV.1.3.8	Q Square.....	56
IV.1.3.9	Koefisien Jalur (Path Coefficients).....	57
IV.1.3.10	Uji t-Statistik.....	58
IV.2	Pembahasan .....	60
IV.2.1	Pengaruh Produk Dengan Keputusan Pembelian .....	60
IV.2.2	Pengaruh <i>Personal Selling</i> Dengan Keputusan Pembelian .....	61
IV.2.3	Pengaruh Promosi Penjualan Dengan Keputusan Pembelian.....	61
IV.3	Keterbatasan penelitian.....	62
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>63</b>
V.1	Simpulan.....	63
V.2	Saran .....	63

**DAFTAR PUSTAKA ..... 65**

**RIWAYAT HIDUP**

**LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Data Tabel Penjualan Mobil dari tahun 2014 sampai tahun 2017 .....	2
Tabel 2. Pengukuran Variabel.....	32
Tabel 3. Skala Likert .....	34
Tabel 4. Kisi-Kisi Instrumen.....	34
Tabel 5. Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha .....	36
Tabel 6. Karakteristik Responden menurut Jenis Kelamin .....	43
Tabel 7. Karakteristik Responden menurut Status Pekerjaan .....	43
Tabel 8. Karakteristik Responden menurut Pendapatan .....	44
Tabel 9. Interpretasi Nilai Indeks Responden .....	45
Tabel 10. Frekuensi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian.....	45
Tabel 11. Frekuensi Jawaban Responden Variabel Produk .....	46
Tabel 12. Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Personal Selling</i> .....	47
Tabel 13. Frekuensi Jawaban Responden Variabel Promosi Penjualan .....	48
Tabel 14. Outer Loading Factor .....	52
Tabel 15. <i>Fornell-Lacker Criterium</i> . .....	53
Tabel 16. <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	54
Tabel 17. <i>Composite Reliability</i> .....	54
Tabel 18. <i>Cronbach's Alpha</i> .....	55
Tabel 19. Nilai <i>R Square</i> dan <i>R Square Adjusted</i> .....	56
Tabel 20. Hasil Nilai Koefisien Analisis Jalur .....	57
Tabel 21. Hasil Uji t-Statistik.....	58
Tabel 22. Interpretasi Hasil Koefisien Jalur.....	59

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.	Model Penelitian .....	28
Gambar 2.	Langkah-Langkah Analisis PLS .....	37
Gambar 3.	Kerangka Model Penelitian.....	39
Gambar 4.	<i>Outer Model</i> .....	50
Gambar 5.	<i>Outer Model</i> Sesudah Re Estimasi.....	51
Gambar 6.	<i>Inner Model</i> .....	60

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 Hasil Penelitian Terdahulu
- Lampiran 2 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 3 Data Kuesioner 75 Responden
- Lampiran 4 Hasil Ouput Outer Model PLS
- Lampiran 5 Hasil Output Inner Model PLS
- Lampiran 6 Hasil Ouput Model PLS
- Lampiran 7 R Tabel dan T Tabel
- Lampiran 8 Surat Riset