



**PENGARUH PROMOSI DAN SALURAN DISTRIBUSI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL TOYOTA  
AVANZA DI KECAMATAN CINERE, DEPOK**

**SKRIPSI**

**CHYNTIA SAVITRI  
1410111091**

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



**PENGARUH PROMOSI DAN SALURAN DISTRIBUSI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL TOYOTA  
AVANZA DI KECAMATAN CINERE, DEPOK**

**SKRIPSI**

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

**CHYNTIA SAVITRI  
1410111091**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
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 : Chyntia Savitri

NIM : 1410111091

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

Jakarta, 29 Juni 2018

Yang menyatakan,

  
  
( Chyntia Savitri )

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI**  
**SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

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

Nama : Chyntia Savitri  
NIM : 1410111091  
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 Promosi dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Avanza di Kecamatan Cinere, Depok***

Beserta Perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelolah 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 : 29 Juni 2018

  
( Chyntia Savitri )

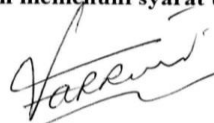
**SKRIPSI**

**PENGARUH PROMOSI DAN SALURAN DISTRIBUSI TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL TOYOTA AVANZA DI  
KECAMATAN CINERE, DEPOK**

**Dipersiapkan dan disusun oleh:**

**CHYNTIA SAVITRI  
1410111091**

**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji  
Pada tanggal: 29 Juni 2018  
Dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima**



**Drs. Hariyanto Ridwan, M.M.  
Ketua Penguji**



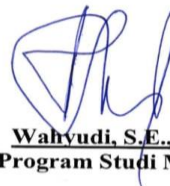
**Lina Ariyani, S.E., M.M.  
Penguji I**



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



**Renny Husniyati, S.E., M.M.  
Penguji II (Pembimbing II)**



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

Ditetapkan di : Jakarta  
Tanggal Ujian : 29 Juni 2018

***THE INFLUENCE OF PROMOTION AND DISTRIBUTION CHANNEL TO  
THE PURCHASE DECISION OF TOYOTA AVANZA IN SUBDISTRICT OF  
CINERE, DEPOK***

**By**

**Chyntia Savitri**

***Abstract***

*This research is a quantitative research which aims to know the influence of promotion and distribution channel to purchase decision. The population in this research is the people of Cinere District. The sample size was taken as many as 60 respondents, with non probability sampling method, especially purposive sampling. Data collection was done through questionnaires. Analytical technique used is the method of analysis PLS (Partial Least Square). The results of this study show that (1) Personal Selling has a significant influence on purchasing decisions with coefficient value of 0.699 lanes. (2) Sales Promotion has no significant effect on purchasing decision with coefficient value of lane of -0.145. (3) Advertisement has no significant effect to purchase decision with coefficient value equal to -0.234. (4) Distribution Channel has a significant influence on purchasing decision with coefficient value of lane equal to 0,603.*

*Keywords :Personal Selling, Sales Promotion, Advertising, Distribution Channel, Purchase Decision*

**PENGARUH PROMOSI DAN SALURAN DISTRIBUSI TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL TOYOTA AVANZA DI  
KECAMATAN CINERE, DEPOK**

**Oleh**

**Chyntia Savitri**

**Abstrak**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi dan saluran distribusi terhadap keputusan pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat daerah Kecamatan Cinere. Ukuran sampel diambil sebanyak 60 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) *Personal Selling* memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,699. (2) Promosi Penjualan memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisiensi jalur sebesar -0,145. (3) Iklan memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisiensi sebesar -0,234. (4) Saluran Distribusi memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisiensi jalur sebesar 0,603.

Kata Kunci : *Personal Selling*, Promosi Penjualan, Iklan, Saluran Distribusi, 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 Jumat , tanggal 29 Juni 2018, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : CHYNTIA SAVITRI

No.Pokok Mahasiswa : 1410111091

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

Pengaruh Promosi dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza di Kecamatan Cinere, Depok

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus \**)

#### Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Drs. Hariyanto Ridwan, MM	Ketua	1.
2	Lina Ariyani, SE, MM	Anggota I	2.
3	Renny Husniati, SE, MM	Anggota II **)	3.

Keterangan :

\*) Coret yang tidak perlu

\*\*) Dosen Pembimbing





## **PRAKATA**

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat 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 Saluran Distribusi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Avanza di Kelurahan Pangkalan Jati Baru 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 Dr. Alfatih S. Manggabarani, SE. M. Si, sebagai dosen pembimbing I dan Ibu Renny Husniati, 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, Ahmad Fauzi, Hermawati H, Alike Qurota, Deby Ambar, Nada Nurmayana, Dwi Noviani, dan Fadilla Rakhma dan teman sepembimbingan Nessa Oktaviani dan Dini Octaviani 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, 29 Juni 2018

Chyntia Savitri

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	i
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	ii
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	iii
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	iv
<b>PENGESAHAN</b> .....	v
<b>ABSTRACT</b> .....	vi
<b>ABSTRAK</b> .....	vii
<b>BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI</b> .....	viii
<b>PRAKATA</b> .....	ix
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
I.1. Latar Belakang .....	1
I.2. Rumusan Masalah .....	6
I.3. Tujuan Penelitian .....	6
I.4. Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA, MODEL PENELITIAN DAN HIPOTESIS</b> .....	8
II.1. Tinjauan Pustaka .....	8
II.1.1. Pemasaran .....	8
II.1.2. Keputusan Pembelian.....	9
II.1.3. Promosi .....	12
II.1.4. Personal Selling.....	14
II.1.5. Promosi Penjualan.....	17
II.1.6. Iklan .....	20
II.1.7. Saluran Distribusi.....	22
II.2. Kerangka Pemikiran.....	25
II.3. Pengembangan Hipotesis .....	28
II.3.1. Pengaruh <i>Personal Selling</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	28
II.3.2. Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian .....	29
II.3.3. Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian .....	30
II.3.4. Pengaruh Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian .....	30

<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	31
III.1. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	31
III.1.1. Definisi Operasional .....	31
III.1.2. Pengukuran Variabel .....	32
III.2. Metode Penentuan Populasi dan Sampel .....	33
III.2.1. Populasi .....	33
III.2.2. Sampel .....	33
III.3. Teknik Pengumpulan Data .....	34
III.3.1. Jenis Data .....	34
III.3.2. Sumber Data .....	34
III.3.3. Pengumpulan Data .....	35
III.4. Teknik Analisa Data dan Uji Hipotesis .....	36
III.4.1. Teknik Analisa Data .....	36
III.4.2. Uji Validitas dan Uji Reabilitas .....	38
III.4.3. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	39
III.5. Kerangka Model Penelitian .....	39
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	41
IV.1. Deskripsi Objek Penelitian .....	41
IV.1.1. Sejarah Mobil Avanza PT. Toyota Indonesia .....	41
IV.1.2. Strategi Marketing Perusahaan Toyota Avanza .....	43
IV.1.3. Jenis – jenis Tipe Produk Avanza .....	45
IV.1.4. Deskripsi Data .....	48
IV.1.5. Analisis Data dan Uji Hipotesis .....	59
IV.2. Pembahasan .....	74
IV.2.1. Hubungan <i>Personal Selling</i> Dengan Keputusan Pembelian .....	74
IV.2.2. Hubungan Promosi Penjualan Dengan Keputusan Pembelian .....	75
IV.2.3. Hubungan Iklan Dengan Keputusan Pembelian. ....	77
IV.2.4. Hubungan Saluran Distribusi Dengan Keputusan Pembelian .....	78
IV.3. Keterbatasan Penelitian .....	79
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b> .....	80
V.1. Simpulan .....	80
V.2. Saran .....	81

**DAFTAR PUSTAKA** ..... 83

**RIWAYAT HIDUP**

**LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Data Tabel Penjualan Mobil Jenis MVP dari tahun 2014 sampai tahun 2017 ...	2
Tabel 2. Pengukuran Variabel.....	32
Tabel 3. Skala Likert.....	35
Tabel 4. Kisi-Kisi Instrumen.....	36
Tabel 5 Tingkat Realibilitas Berdasarkan Nilai Alpha Cronbach.....	38
Tabel 6. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin. ....	49
Tabel 7. Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan. ....	50
Tabel 8. Karakteristik Responden Menurut Pendidikan. ....	51
Tabel 9. Jawaban Responden Terhadap <i>Pesonal Selling</i> ( $X_1$ ).....	53
Tabel 10. Frekuensi Jawaban Responden Tentang Promosi Penjualan ( $X_2$ ).....	54
Tabel 11. Frekuensi Jawaban Responden Tentang Iklan ( $X_3$ ).....	56
Tabel 12. Frekuensi Jawaban Responden Tentang Saluran Distribusi ( $X_4$ ).....	57
Tabel 13. Frekuensi Jawaban Responden Tentang Keputusan Pembelian (Y).....	58
Tabel 14. Hasil Outer Model 1.....	61
Tabel 15. Hasil Outer Model 2.....	62
Tabel 16. <i>Outer Loading Factor</i> .....	63
Tabel 17. <i>Fornell-Lacker Criterium</i> . ....	65
Tabel 18. <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	66
Tabel 19. <i>Composite Reliability</i> .....	66
Tabel 20. Cronbach's Alpha.....	67
Tabel 21. Nilai R Square dan R Square Adjusted.....	68
Tabel 22. Hasil Nilai Koefisien Analisis Jalur.....	70
Tabel 23. Hasil Uji t-Statistik.....	71
Tabel 24. Interpretasi Hasil Koefisien Jalur.....	72
Tabel 25. Matriks Hasil Penelitian Terdahulu.....	91

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Grafik pendapatan Toyota pada tahun 2014 sampai dengan 2017 .....	4
Gambar 2. Kerangka Pemikiran.....	27
Gambar 3. Kerangka Konseptual .....	28
Gambar 4 Langkah-langkah Analisis PLS.....	37
Gambar 5. Kerangka Model Penelitian.....	40
Gambar 6. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin.....	48
Gambar 7. Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan.....	49
Gambar 8. Karakteristik Responden Menurut Pendidikan. ....	50
Gambar 9. Frekuensi Jawaban Responden Tentang <i>Personal Selling</i> (X1) .....	52
Gambar 10. Frekuensi Jawaban Responden Tentang Promosi Penjualan (X <sub>2</sub> ) ....	53
Gambar 11. Frekuensi Jawaban Responden Tentang Iklan (X <sub>3</sub> ) .....	55
Gambar 12. Frekuensi Jawaban Responden Tentang Saluran Distribusi (X <sub>4</sub> ) ....	56
Gambar 13. Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Keputusan Pembelian (Y).58	
Gambar 14. <i>Outer Model</i> . ....	60
Gambar 15. <i>Outer Model</i> Sesudah Re Estimasi.....	62
Gambar 16. <i>Inner Model</i> .....	73

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 Hasil Penelitian Terdahulu
- Lampiran 2 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 3 Data Kuesioner 60 Responden
- Lampiran 4 Hasil Output Outer Model PLS
- Lampiran 5 Hasil Output Inner Model PLS
- Lampiran 6 Hasil Output Model PLS
- Lampiran 7 R Tabel dan T Tabel
- Lampiran 8 Surat Riset