



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
JAKARTA INTERNATIONAL COLLEGE

**ANALISIS PENGARUH PRODUK, *PERSONAL SELLING* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT. MULTI GARMENT JAYA
CABANG LIPPO PLAZA KRAMAT JATI**

SKRIPSI

ANA PUSPITA SARI

1313.1111.516

DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SALAH SATU SYARAT
MENYELSAIKAN SARJANA EKONOMI STRATA SATU
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
TAHUN 2016

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
JAKARTA INTERNATIONAL COLLEGE**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Ana Puspitasari
NIM : 1313.1111.516
Jenjang : Strata Satu (S1)
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Produk, *Personal Selling*
Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen
Pada PT. Multi Garment Jaya.

Jakarta, Agustus 2016

Pembimbing Materi

Pembimbing Teknis

(Zurlina Lubis, SE, MM)

(Dr. Evi Susanti , SE, MM)

Mengetahui,

Puket I Bidang Akademik STIE JIC

(Drs. H. Arjuna Wiwaha, MM)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat ALLAH SWT yang telah memberikan kekuatan, kemampuan dan ridho-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya dengan judul : “pengaruh Produk, Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian pada PT.MULTI GARMENT JAYA (Cabang Lippo Plaza Kramat Jati)”.

Skripsi ini membahas mengenai “pengaruh Produk, Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian pada PT.MULTI GARMENT JAYA (Cabang Lippo Plaza Kramat Jati)”. Tujuan dari penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan perkuliahan Program Studi S1 Manajemen dan mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi di STIE Jakarta International College (STIE JIC). Selain itu, menjadi suatu kebanggaan dan kebahagiaan tersendiri bagi penulis untuk dapat mewujudkan harapan orang tua dengan menempuh pendidikan tinggi hingga mampu menyelesaikan skripsi ini.

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada semua pihak yang membantu dan memotivasi dalam penulisan skripsi ini yaitu kepada yang terhormat:

1. Bapak Ir. Agus Susanto, MM selaku Ketua STIE JIC.
2. Bapak Drs. H. Arjuna Wiwaha, MM selaku Puket I STIE JIC.
3. Bapak Arifin Nugroho, SE. MM selaku Kajur Management STIE JIC.

4. Ibu Zurlina Lubis, SE, MM selaku Dosen Pembimbing Materi
5. Ibu Dr. Evi Susanti, SE, MM selaku Dosen Pembimbing Teknis
6. Bapak dan Ibu dosen serta seluruh staff STIE JIC yang telah mendidik dan membimbing penulis selama perkuliahan dan penyusunan skripsi ini.
7. Orang Tua dan keluarga tercinta yang senantiasa mendoa'akan, membimbing dengan penuh kasih sayang.
8. Tyas, Tika, sahabat yang selalu memberikan dukungan berupa semangat dan doa.
9. Kepada Yohana, Anna, Dea, Aini, Ugi, Maul, Tia, Riska, Furkon, Prastiyo, Hafis, Suwelo, Dodi, Dhani, Yudi, Nikolas, Rohmad, Jami, Topan yang selalu menyemangati satu sama lain.
10. Kepada rekan angkatan 2012 dan keluarga besar STIE JIC yang selalu membantu dalam dukungan berupa semangat dan doa.

Jakarta, Agustus 2016

Ana Puspitasari

ABSTRAKSI

Ana Puspitasari, 1313.1111.516, *Pengaruh Produk, Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian pada PT.MULTI GARMENT JAYA (Cabang Lippo Plaza Kramat Jati)*. 110 Halaman, 36 tabel, 7 gambar, Jakarta 2016.

Penelitian ini membahas tentang masalah pengaruh Produk,*Personal Selling* Terhadap Keputusan Pembelian. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Produk,*Personal Selling* terhadap Keputusan Pembelian pada *PT.MULTI GARMENT JAYA* Cabang Lippo Plaza Kramat Jati.

Penelitian ini dilakukan pada Cardinal Cabang Lippo Plaza Kramat Jati, waktu penelitian dilakukan dari bulan Juni hingga Juli 2016. metode ini menggunakan metode kepustakaan dan metode lapangan.

Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh variabel produk terhadap keputusan pembelian dari hasil uji T dimana $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,131 > 1,98447$), dan adanya pengaruh variabel *Personal Selling* terhadap keputusan pembelian dari hasil uji T dimana $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2.212 > 1,9447$). dari hasil uji koefisien determinasi (KD) variabel produk,*personal selling* mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 49% sisanya 51% dipengaruhi oleh aspek lain.

Dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang kuat dari variabel produk,*personal selling* terhadap keputusan pembelian

Daftar acuan: 9 buku, 7 jurnal, 12 sumber internet, Pembimbing: Zurlina Lubis dan Evi Susanti.

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAKSI	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Pembatasan Masalah	6
D. Perumusan Masalah	6
E. Tujuan Penelitian	7
F. Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN TEORITIS, KERANGKA BERFIKIR DAN HIPOTESIS	
A. Kajian Teoritis	8
B. Kerangka Berfikir	39
C. Hipotesis.....	40
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Tempat dan Waktu Penelitian	41
B. Metode Penelitian	41
C. Definisi Operasional Variabel	42
D. Populasi dan sampel.....	42
E. Instrumen Penelitian.....	43
F. Teknik Pengumpulan Data.....	44
G. Teknik Analisis Data.....	44

BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Sejarah Singkat Perusahaan.....	56
B. Struktur Organisasi Perusahaan	59
C. Aspek Kegiatan Perusahaan	63
D. Gambaran Keberhasilan dan Kendala Perusahaan	64

Bab V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Data Hasil Penelitian.....	69
-------------------------------	----

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	107
B. Saran	108

DAFTAR PUSTAKA	109
----------------------	-----

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1 Interval Penilai Responden	49
Tabel 2 Interpretasi Koefisien Korelasi.....	54
Tabel 3 Kisi-Kisi Instrumen	55
Tabel 4 Tanggapan Responden Pada Pernyataan Pertama, produk Produk Merk Cardinal Memiliki Kualitas Yang Tinggi	70
Tabel 5 Tanggapan Responden Pada Pernyataan Kedua, Teknologi Yang Digunakan Untuk Produk-Produk Cardinal Sangat Canggih Dan Modern	71
Tabel 6 Tanggapan Responden Pada Pernyataan ketiga, Produk Merk Cardinal Merupakan Produk Yang Dapat Digunakan Disegala Moment.....	72
Tabel 7 Tanggapan Pada Pernyataan Keempat, Produk Cardinal Dapat Diandalkan Untuk Menambah Konsumen Percaya Diri ..	73
Tabel 8 Tanggapan Responden Pada Pernyataan Kelima, Produk Sandang Merk Cardinal Mempunyai Kualitas Produk Yang Baik Dan Terjamin	74
Tabel 9 Tanggapan Responden Pada pernyataan Keenam Pelayanan Terhadap Produk Sandang Merk Cardinal Penuh Kecepatan Ramah Dan Sopan.....	75

Tabel 10 Tanggapan Responden Pada Pernyataan Ketujuh, Cardinal	
Merek Sandang Yang Terkenal	76
Tabel 11 Tanggapan Responden Pada Pernyataan Kedelapan , Poduk	
Produk Merk Cardinal Memiliki Daya Saing Yang Tinggi	77
Tabel 12 Rangkuman Analisis Dan Interpretasi Data Kuesioner Produk	
(X1)	78
Tabel 13 Tanggapan Responden Pada Pernyataan Pertama, Tenaga	
Penjual Bersikap Ramah Sopan.....	79
Tabel 14 Tanggapan Responden Pada Pernyataan Kedua, Tenaga	
Penjual Cardinal Sigap Dan Cakap	80
Tabel 15 Tanggapan Responden Pada Pernyataan Ketiga, Tenaga	
Penjual Mengetahui Apa Yang Diinginkan Dan Dibutuhkan	
Olek Konsumen.....	81
Tabel 16 Tanggapan Responden Pada Pernyataan Keempat, Tenaga	
Penjual Berkomunikasi Dengan Baik Dapat Dimengerti	
Dan Jelas.....	82
Tabel 17 Tanggapan Responden Pada Pernyataan Kelima, Tenaga	
Penjual Cardinal Memahami Produk Knowledge Dan	
Menyampaikan Informasi Mengenai Produk Dengan Baik.....	83
Tabel 18 Tanggapan Responden Pada Pernyataan Keenam, Tenaga	
Penjual Cardinal Dapat Menangani Keberatan Calon Konsumen	
Dan Mampu Menjawab Pertanyaan Dari Konsumen.....	84

Tabel 19 Tanggapan Responden Pada Pernyataan Ketujuh, Tenaga Penjual Cardinal Selalu Menjaga Hubungan Baik Jangka Panjang Dengan Konsemen.....	85
Tabel 20 Tanggapan Responden Pada Pernyataan Keselapan, Tenaga Penjual Menginformasikan Acara Diskon Yang Berlangsung Kepada Konsumen.....	86
Tabel 21 Rangkuman Analisis Data Interpretasi Data kuesioner <i>Personal Selling</i> (X2)	87
Tabel 22 Tanggapan Responden Pada Pernyataan Pertama, Anda Membeli Produk Merk Cardinal Karena Sesuai Dengan Keinginan.....	88
Tabel 23 Tanggapan Responden Pada Pernyataan Kedua, Anda Membeli Produk Merk Cardinal Karena Sesuai Dengan Kebutuhan Anda.....	89
Tabel 24 Tanggapan Responden Pada Pernyataan Ketiga, Informasi Yang Anda Dapatkan Tentang Produk Cardinal Mudah Dicari.....	90
Tabel 25 Tanggapan Responden Pada Pernyataan Keempat, Anda Memilih Produk Sandang Merek Cardinal Sebagai Pilihan Pertama Ketika Memutuskan Untuk Membeli Kebutuhan Sandang.....	91
Tabel 26 Tanggapan Responden Pada Pernyataan Kelima, Jika Anda Membeli Produk Sandang Lagi Anda Akan Memilih Merek	

Cardinal.....	92
Tabel 27 Tanggapan Responden Pada Pernyataan Keenam, Anda Selalu Merekomendasikan Kepada Orang Lain Agar Membeli Produk Sandang Merek Cardinal.....	93
Tabel 28 Tanggapan Responden Pada Pernyataan Ketujuh, Karena Merasa Puas Saya Akan Memebeli Lagi Produk Merek Cardinal.....	94
Tabel 29 Tanggapan Responden Pada Pernyataan Kedelapan, Saya Memilih Produk Merk Cardinal Karena Keunggulan Yang Ditawarkan Sesuai Dengan Harapan Saya.....	95
Tabel 30 Rangkuman Analisis Dan Interpretasi Data Keputusan Pembelian (Y)	96
Tabel 31 Hasil uji normalitas menggunakan grafik Kolmogorov- Smirnov.....	99
Tabel 32 Uji Multikolinieritas.	100
Tabel 33 Uji Regresi Linear Berganda.....	102
Tabel 34 Uji Koefisien Korelasi	103
Tabel 35 Uji T.....	104
Tabel 36 Uji F.....	106

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 Proses <i>Personal Selling</i>	20
Gambar 2 Proses Keputusan Pembelian	28
Gambar 3 Kerangka Berfikir	39
Gambar 4 Struktur Organisasi PT. Multi Garment Jaya	59
Gambar 5 Hasil uji normalitas menggunakan grafik P-plot.....	97
Gambar 6 Hasil uji normalitas menggunakan grafik histogram.....	98
Gambar 7 Hasil uji heteroskedastisitas	101

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Bentuk Kuesioner

Lampiran 2. Tabulasi Data

Lampiran 3. Tabulasi T Hitung

Lampiran 4. Surat Bukti Riset

Lampiran 5. Daftar Riwayat Hidup Penulis