

**PENGARUH PERIKLANAN, PERSONAL SELLING DAN PROMOSI
PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR
YAMAHA “NMAX” DI SURAKARTA**



SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Program Sarjana (S1)
Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta**

Disusun Oleh:

**PRABOWO ANUGRAH TRI YUDANTO
NIM. B. 100 130 208**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2018



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
Jl. A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan, Kartasura Telp. (0271) 717417, Fax. 715448 Surakarta 57102
Website: <http://www.ums.ac.id> Email: Ums@ums.ac.id

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini pembimbing skripsi tugas akhir.

Nama : Drs. Agus Muqorobin, MM

Telah membaca dan mencermati skripsi dengan judul :

**PENGARUH PERIKLANAN, PERSONAL SELLING DAN PROMOSI
PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR
YAMAHA "NMAX" DI SURAKARTA**

Oleh :

PRABOWO ANUGRAH TRI YUDANTO
NIM. B. 100 130 208

Penandatanganan ini berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, Juli 2018

Pembimbing

Drs. Agus Muqorobin, MM.

PENGESAHAN

Yang bertanda tangan di bawah ini telah membaca skripsi dengan judul :
**PENGARUH PERIKLANAN, PERSONAL SELLING DAN PROMOSI
PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR
YAMAHA "NMAX" DI SURAKARTA**

Yang ditulis oleh :

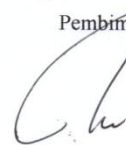
Nama : PRABOWO ANUGRAH TRI YUDANTO

NIM : B 100 130 208

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, Juli 2018

Pembimbing



(Drs. Agus Muqorobin, MM)

Mengetahui

Dean Fakultas Ekonomi



(Dr. Syamsudin, SE., M.Si)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

FAKULTAS EKONOMI & BISNIS

Jl. A Yani Tromol Pos 1, Pabelan Kartasura 57102 Ph.: (0271) 717417 Eks.211 Surakarta

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **PRABOWO ANUGRAH TRI YUDANTO**
NIRM : **13.6.106.02016.500208**
Jurusan : **MANAJEMEN**
Judul Skripsi : **PENGARUH PERIKLANAN, PERSONAL SELLING DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR YAMAHA "NMAX" DI SURAKARTA**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, Juli 2018

Yang Membuat Pernyataan,

Prabowo Anugrah Tri Yudanto

MOTTO

Dan bahwasannya seorang manusia tiada memperoleh selain apa yang telah diusahakannya. Dan bahwasannya usahanya itu kelak akan diperlihatkan (kepadanya). Kemudian akan diberi balasan kepadanya dengan balasan yang paling sempurna

(Q.S An-Najm: 39-41)

Barang siapa bersungguh-sungguh, sesungguhnya kesungguhan itu adalah untuk dirinya sendiri

(Q.S Al Ankabut (29) : 6).

Hai orang-orang yang beriman, jadikanlah sabar dan shalatmu sebagai penolongmu. Sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar

(Q.S Al Baqarah: 153).

Sayangi dan hormati kedua orangtuamu, karena jika kamu telah kehilangan mereka penyesalanmu tak kan bisa membawa kembali kepadamu.

(Penulis)

PERSEMBAHAN

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT, Tuhan pemilik jiwa dan semesta alam. Sholawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW.

Kupersembahkan Karya Ini Untuk:

1. Alm. Bapak Dwi Basuki dan Ibu Sri Watini orang tua yang kucintai dan kusayangi, yang selalu memberikan do'a, motivasi dan kepercayaan setelus hati untuk mencapai cita-cita
2. Saudara-saudara tercinta Mbak Linda, Mbak Intan, Mas M. Arif, dan Mas Yusuf, terima kasih atas dukungan dan semangat yang telah kalian berikan.
3. Kakak-kakak dan adik sepupuku, Mbak Tyas, Mas Antok, Mbak Eni, Dek Faisal dan Dek Fandi terimakasih doanya.
4. Sahabat-sahabatku, Anung, Angga, Dwi, Lilik, Irfan, Bagas, Rusadi, Aris semuanya yang tak dapat saya sebutkan satu-persatu terimakasih atas dukungan dan semangatnya.
5. Teman-teman FEB Manajemen angkatan 2013 kelas F, terimakasih atas persahabatan dan kebersamaannya.
6. Ryan Okitavina seseorang yang spesial untukku, terimakasih atas perhatian dan dukungan semangatnya.
7. Segenap rekan-rekan yang telah memberikan do'a dan dukungannya.

ABSTRAKSI

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh periklanan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha “NMAX” di Surakarta Untuk mengetahui pengaruh personal selling berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha “NMAX” di Surakarta. Untuk mengetahui pengaruh promosi penjualan berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha “NMAX” di Surakarta. Populasi penelitian ini seluruh pembeli maupun pemakai Sepeda Motor NMAX Di Surakarta dan sampel seluruh pembeli maupun pemakai Sepeda Motor NMAX Di Surakarta yang berjumlah 100 responden. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan Periklanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Personal Selling mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Promosi penjualan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Dan secara bersama-sama variabel Periklanan, Personal Selling dan Promosi Penjualan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sehingga model yang digunakan dalam penelitian ini dapat dikatakan fit. Berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi (R^2) diperoleh adjusted *R square* (R^2) sebesar 0,529, berarti variasi perubahan variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel Periklanan (X1), Personal Selling (X2) dan Promosi Penjualan (X3) sebesar 58,5%. Sedangkan sisanya sebesar 47,1% dijelaskan oleh variabel lain diluar model.

Kata Kunci : Periklanan, Personal Selling, Promosi Penjualan dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This research target to know the advertising influence to decision of purchasing of motorbike Yamaha "NMAX" in Surakarta. To know the influence of personal selling have an effect on to decision purchasing of motorbike Yamaha "NMAX" in Surakarta. To know the influence sales promotion have an effect on to decision purchasing of motorbike Yamaha "NMAX" in Surakarta. This research population entire/all buyer and also wearer of Motorbike NMAX In Surakarta and sampel of entire/all buyer and also wearer of Motorbike NMAX In Surakarta amounting to 100 responder. Pursuant to research result show the Advertisement have the influence which significant to purchasing decision. Personal Selling have the influence which significant to purchasing decision. Sales promotion have the influence which significant to purchasing decision. And by together Advertisement variable, Personal Selling and Sales Promotion have an effect on the signifikan to purchasing decision. So that model used in this research can be told fit. Pursuant to result analyse the coefficient determination (R2) obtained adjusted Rsquare (R2) equal to 0,529, meaning variation of change of explainable purchasing decision variable by advertising variable, Personal Selling and Sales Promotion equal to 58,5%. While the rest equal to 47,1% explained by dissimilar variable outside model

Keyword : *Advertisement, Personal Selling, Sales Promotion And Purchasing Decision*

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Wr.Wb

Alhamdulillah Robbil'alamin. Puji dan syukur saya panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan rahmat, hidayah, dan tak lupa sholawat serta salam teruntuk Nabi Muhammad yang selalu memberikan petunjuk kepada umatnya untuk selalu berjalan di jalan yang lurus dan benar, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul: **PENGARUH PERIKLANAN, PERSONAL SELLING DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR YAMAHA “NMAX” DI SURAKARTA.** Salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Ekonomi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Dalam pelaksanaan dan penyusunan skripsi ini, penulis telah banyak mendapat bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Syamsudin, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Imronudin, S.E., M.Si., Ph.D, selaku Kepala Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Ibu Dra. Mabruroh, MM selaku pembimbing akademik pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

4. Bapak Drs. Agus Muqorobin, MM selaku pembimbing skripsi yang senantiasa dengan penuh kesabaran telah memberikan bimbingan dan pengarahan kepada penulis dari awal sampai terselesainya penulis skripsi.
5. Bapak dan ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
6. Dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per-satu, terima kasih atas bantuannya hingga skripsi ini terselesaikan.

Penulis menyadari bahwa pengetahuan dan pengalaman penulis belum sempurna, sehingga masih banyak kekurangan baik dalam penggunaan bahasa maupun penyajian data. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak untuk perbaikan skripsi ini. Penulis mengharapkan skripsi ini dapat memberikan manfaat pada semua pihak dan sebagai amalan yang tidak terputus.

Wassalamualaikum Wr.Wb

Surakarta, Juli 2018

Penulis,

Prabowo Anugrah Tri Yudanto

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
HALAMAN MOTTO	vi
ABSTRAKSI.....	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	4
E. Sistematika Penulisan.....	5
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Keputusan Pembelian.....	6

B. Promotional Mix	9
1. Pengertian Promotional Mix	9
a. Periklanan.....	9
b. Personal Selling.....	11
c. Promosi Penjualan.....	12
C. Penelitian Terdahulu	16
D. Kerangka Pemikiran.....	17
E. Hipotesis.....	17
BAB III METODE PENELITIAN	18
A. Jenis Penelitian	18
B. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	18
C. Data dan Sumber Data.....	19
D. Metode Pengumpulan Data	20
E. Definisi Operasional	21
F. Instrumen Penelitian	23
G. Metode Analisis Data	25
H. Uji Asumsi Klasik	28
I. Uji Hipotesa.....	29
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	32
A. Deskripsi Responden	32
B. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	33
C. Uji Asumsi Klasik.....	36
1. Uji Normalitas	36

2. Multikolinieritas	37
3. Heteroskedastisitas	38
D. Analisis Data.....	38
1. Analisa Regresi Berganda	38
2. Uji t-statistik	39
3. Uji F.....	41
4. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	42
E. Pembahasan	42
BAB V. PENUTUP.....	45
A. Kesimpulan	45
B. Keterbatasan Penelitian	51
C. Saran.....	46

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Karakteristik Berdasarkan Umur Responden	32
Tabel 4.2	Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	33
Tabel 4.3	Hasil Uji Validitas Variabel Periklanan	34
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas Variabel Personal Selling	34
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Variabel Promosi Penjualan	35
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	35
Tabel 4.7	Hasil Uji Reliabilitas	36
Tabel 4.8	Hasil Uji Normalitas.....	37
Tabel 4.9	Hasil Multikolinieritas.....	37
Tabel 4.10	Hasil Uji Heteroskedastisitas	38
Tabel 4.11	Hasil Uji t Test	40
Tabel 4.12	Hasil Uji F test.....	41

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pemikiran.....	17
-----------------------------------	----