



**ANALISIS *PERSONAL CONFRONTATION* DAN
CULTIVATION SERTA *RESPONSE* TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PADA PERUSAHAAN
CV. LISA JAYA MANDIRI**

***ANALYSIS PERSONAL CONFRONTATION AND CULTIVATION AS WELL
AS THE RESPONSE OF CUSTOMER SATISFACTION
ON CV. LISA JAYA MANDIRI COMPANY***

SKRIPSI

Oleh :

Eko Prasetyo Tamvizi

NIM. 100810201131

UNIVERSITAS JEMBER

FAKULTAS EKONOMI

2014



**ANALISIS *PERSONAL CONFRONTATION* DAN
CULTIVATION SERTA *RESPONSE* TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PADA PERUSAHAAN
CV. LISA JAYA MANDIRI**

***ANALYSIS PERSONAL CONFRONTATION AND CULTIVATION AS WELL
AS THE RESPONSE OF CUSTOMER SATISFACTION
ON CV. LISA JAYA MANDIRI COMPANY***

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember

Oleh :

Eko Prasetyo Tamyizi

NIM. 100810201131

UNIVERSITAS JEMBER

FAKULTAS EKONOMI

2014

KEMENTERIAN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS JEMBER-FAKULTAS EKONOMI

SURAT PERNYATAAN

Nama : Eko Prasetyo Tamyizi
NIM : 100810201131
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : *Analisis Personal Confrontation dan Cultivation* serta
Response terhadap Kepuasan Konsumen pada Perusahaan
CV. Lisa Jaya Mandiri

Menyatakan dengan sesungguhnya dan sebenar-benarnya bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali apabila dalam pengutipan substansi disebutkan sumbernya, dan belum pernah diajukan pada instansi manapun, serta bukan karya jiplakan milik orang lain. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus saya junjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, tanpa adanya paksaan dan tekanan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan yang saya buat ini tidak benar.

Jember, 11 Juni 2014
Yang Menyatakan,

Eko Prasetyo Tamyizi
NIM. 100810201131

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : *Analisis Personal Confrontation dan Cultivation* serta
Response terhadap Kepuasan Konsumen pada
Perusahaan CV. Lisa Jaya Mandiri

Nama Mahasiswa : Eko Prasetyo Tamyizi

NIM : 100810201131

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Disetujui Tanggal : 26 Juni 2014

Pembimbing I

Pembimbing II

Drs. Ketut Indraningrat, M.Si.

19730908 200003 2 001

Gusti Ayu Wulandari, SE., M.M.

19830912 200812 2 001

Mengetahui,
Ketua Jurusan

Dr. Handriyono, SE., M.Si

196208021990021001

PENGESAHAN

Analisis Personal Confrontation dan Cultivation serta *Response* terhadap
Kepuasan Konsumen pada Perusahaan CV. Lisa Jaya Mandiri

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : **Eko Prasetyo Tamyizi**

NIM : **100810201131**

Jurusan : **Manajemen**

Konsentrasi : **Manajemen Pemasaran**

Telah dipertahankan di depan tim penguji pada tanggal : 26 Juni 2014

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Susunan Panitia Penguji

Ketua : Drs. H. Abdul Halim., M.Si. : (.....)
NIP. 19501221 197801 1 001

Sekretaris : Dr. Imam Suroso, SE., M.Si. : (.....)
NIP. 19591013 198802 1 001

Anggota : Ariwan Joko Nusbantoro, SE., M.M. : (.....)
NIP. 19691007 1999002 1 001



Mengetahui/Menyetujui
Universitas Jember
Fakultas Ekonomi
Dekan,

Dr. Moehammad Fathorrazi, S.E, M.Si
NIP. 196306141990021001

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Ibunda Endah Sriwahyuni dan Ayahanda Wasilli Fadlah tercinta, yang senantiasa mendoakan dan memberikan kasih sayangnya selama ini;
2. Adik-adik tersayang Ewa Rizky Dwica Prastyo, Elisa Bilbina Maulidya Fadlah, Helena Kartika Sari, Albani Achdan Malvin Emiliano Fadlah, serta seluruh keluarga besarku yang memberikan semangat dan motivasi dalam kebersamaan;
3. Untuk dosen pembimbing skripsi Bapak Drs. Ketut Indraningrat, M.Si dan Ibu Gusti Ayu Wulandari, SE, MM yang selalu sabar membimbing hingga skripsi ini dapat diselesaikan secara maksimal;
4. Teman-teman Fakultas Ekonomi Universitas Jember angkatan 2010;
5. Sahabat-sahabat terima kasih dukungannya;
6. Guru-guruku sejak taman kanak-kanak sampai dengan perguruan tinggi, yang telah membimbing dan memberikan ilmu yang tak ternilai harganya;
7. Dan Almamater tercinta Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

MOTTO

Cakap sahabat yang jujur lebih besar harganya daripada
harta benda yg diwarisi dari nenek moyang

(Ali Bin Abi Thalib)

Harga kebaikan manusia adalah diukur menurut apa yang
telah dilaksanakan atau diperbuatnya.

(Ali Bin Abi Thalib)

Kemuliaan paling besar bukanlah karena kita tidak pernah
terpuruk, tapi karena kita selalu mampu bangkit setelah
terjatuh.

(Oliver Goldsmith)

Membawa tugas membahagiakan keluarga adalah beban
yang ringan karena Anda mencintai mereka.

(Mario Teguh)

Aku tak punya waktu untuk membenci orang yang
membenciku, karena aku terlalu sibuk mencintai mereka
yang mencintaiku.

(Mario Teguh)

RINGKASAN

Analisis *Personal Confrontation* dan *Cultivation* serta *Response* terhadap Kepuasan Konsumen pada Perusahaan CV. Lisa Jaya Mandiri; Eko Prasetyo Tamyizi; 100810201131; 2014; 102 Halaman; Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Promosi merupakan kegiatan terpenting, karena promosi berperan aktif dalam memperkenalkan, memberitahukan, dan mengingatkan kembali manfaat terhadap suatu produk agar mendorong konsumen untuk membeli produk yang dipromosikan tersebut. *Personal selling* merupakan alat promosi yang menyajikan presentasi pribadi dalam bentuk percakapan langsung antara penjual dengan satu atau lebih calon pembeli dimana tenaga penjual dapat membujuk atau memengaruhi pembeli dengan tujuan akan tercipta suatu penjualan. *Personal selling* dapat dikatakan salah satu alat promosi yang paling efektif terutama dalam bentuk preferensi, keyakinan dan tindakan pembeli.

Pada penelitian ini menggunakan tiga variabel yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen pada perusahaan CV. Lisa Jaya Mandiri. Variabel bebas yang pertama adalah *Personal Confrontation*, variabel kedua adalah *Cultivation*, dan yang ketiga adalah *Response*. Berdasarkan penjelasan tersebut, penulis tertarik untuk menguji pengaruh *Personal Confrontation*, *Cultivation*, dan *Response* terhadap kepuasan konsumen pada perusahaan CV. Lisa Jaya Mandiri.

Penelitian ini adalah penelitian *explanatory research* karena bertujuan untuk menggali/mencari variabel-variabel atau faktor-faktor yang terdapat pada suatu fenomena/kondisi/setting sosial tertentu. Jumlah sampel yang ditetapkan sebanyak 94 responden dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Metode analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda (Metode *Forward*). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *personal confrontation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, *cultivation* tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen, dan *response* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

SUMMARY

Analysis Personal Confrontation and Cultivation as well as the Response of Customer Satisfaction on CV. Lisa Jaya Mandiri Company; Eko Prasetyo Tamyizi; 100810201131; 2014; 102 Pages; Department of Management, Faculty of Economics, University of Jember.

Promotion is an important because promotion be active in introducing, show and recalled benefits to a product to encourage customers to buy products promoted. Personal selling is a promotion that presents presentation personal in the conversation directly between the seller in one or more prospective buyer where salespersons could persuade or affect buyer and purpose will have a sale. Personal selling can be said to be one of the promotion of the most effective, especially in the form of preference belief and action of the buyers.

This research on using three variables that can affect customer satisfaction on CV. Lisa Jaya Mandiri company. Independent variable the first is personal confrontation, second variables is cultivation, and the third was response. Based on the explanation a writer of interested to test the influence of personal confrontation, cultivation, and response of customer satisfaction on CV. Lisa Jaya Mandiri company.

This research is explanatory research because aims to dig / looking for the variables or factors which is found in a phenomenon / condition / particular social setting. The number of samples set a total of 94 respondents by using the purposive sampling method. Methods of data analysis using multiple linear regression analysis (Forward method). The result of this research has shown that personal confrontation influential positive and significantly to customer satisfaction, cultivation of no influence, which significantly to customer satisfaction and response influential positive and significantly to customer satisfaction.

PRAKATA

Puji syukur kehadiran Allah SWT. atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis *Personal Confrontation* dan *Cultivation* serta *Response* terhadap Kepuasan Konsumen pada Perusahaan CV. Lisa Jaya Mandiri”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. H. Mohammad Fathorrazi, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
2. Bapak Dr. Handriyono, SE., Msi selaku ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
3. Bapak Drs. Ketut Indraningrat, M.Si selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Gusti Ayu Wulandari, SE, MM selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan pikiran serta perhatiannya guna memberikan bimbingan dan pengarahan demi terselesaikannya penulisan skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Manajemen yang telah bersedia membagi ilmu pengetahuan dan memotivasi diri ini untuk menggali ilmu lebih dalam lagi.
5. Keluarga tercinta Ibu Endah Sriwahyuni, Bapak Wasilli Fadlah, Adikku Ewa Rizky Dwica Prastyo, Elisa Bilbina Maulidya Fadlah, Helena Kartika Sari, Albani Achdan Malvin Emiliano Fadlah, yang senantiasa memberikan do'a, dukungan, dan semangat tiada batas.
6. Sahabat-sahabatku Ken Ismiati Rozana, Disca Triana Dewi, Intan Regia Sari, Furaida Duri, Dwi Rizky Yanuari H, M Rizki Andriawan, Sulthon Nasrul Fatana, Deny Haqni, M Erza J, M Zidni, Okta DK, Ranny Ifmaniar, Ika Puspitasari, Devi Adelia, yang selalu memberikan semangat serta dukungan untuk lancarnya mengerjakan skripsiku.

7. Sahabat-sahabat Manajemen 2010, Sulinda Ramadhanti, Yusniar Adelia Ningrum, Res Mineke Kaori, Tina Laksmi Widayati, Andy Fajar Balda, Rizqi Ila Khoiriyah, Dwi Asri, Bestaria Herdiana, Dita Kusuma Wati, Cinthia Valentina I, Eviatus Syamsiah A, Sri Puji Rahayu, Faikhotul Hikmah, Faizal Rozy, Hari Prasetyo, Waridad Umair, Jaka Gumelar P, Chandra Wahyu S, Sheila Regina, Firdyan Fadillah S, Ovilia, Rizal Rizki, Triana Vidti Santi yang begitu banyak memberikan pelajaran berupa arti syukur dan sabar atas hidup dan kehidupan ini, yang telah menemani hari-hari Penulis untuk menyelesaikan penelitian tugas akhir ini, percayalah Allah sangat mencintaimu melebihi apa yang kamu rasa dan pikir.
8. Kawan-kawan Manajemen 2010, kita berjuang bersama dalam melawan kemalasan, semangat ya kawan. Semoga sukses selalu.
9. Dan semua pihak yang telah membantu terselesainya skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu.

Penulis juga menerima segala kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya penulis berharap, semoga skripsi ini dapat bermanfaat.

Jember, 11 Juni 2014

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
RINGKASAN	vii
SUMMARY	viii
PRAKATA.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
2. TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	8
2.1.2 Bauran Promosi (<i>Promotion Mix</i>).....	10
2.1.3 <i>Personal Selling</i> (Penjualan Tatap Muka)	11
2.1.4 Tujuan <i>Personal Selling</i>	13
2.1.5 Kriteria <i>Personal Selling</i>	14
2.1.6 Sifat-sifat <i>Personal Selling</i>	14
2.1.7 Kelebihan dan Kelemahan <i>Personal Selling</i>	15
2.1.8 Aspek Utama dalam <i>Personal Selling</i>	16

2.1.9	<i>Sales Person</i> (Wiraniaga)	19
2.1.10	Kepuasan Konsumen	20
2.1.11	Hubungan <i>Personal Selling</i> dengan Kepuasan Konsumen.....	22
2.2	Tinjauan Penelitian Terdahulu	23
2.3	Kerangka Konseptual	26
2.4	Hipotesis Penelitian.....	28
3.	METODE PENELITIAN	29
3.1	Rancangan Penelitian	29
3.2	Populasi dan Sampel.....	29
3.2.1	Populasi.....	29
3.2.2	Sampel.....	30
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	31
3.3.1	Jenis Data	31
3.3.2	Sumber Data.....	31
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	32
3.4.1	Kuesioner	32
3.4.2	Wawancara.....	32
3.5	Identifikasi Variabel	32
3.6	Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukuran Variabel.....	33
3.6.1	Definisi Operasional Variabel.....	33
3.6.2	Skala Pengukuran Variabel.....	35
3.7	Metode Analisis Data	36
3.7.1	Uji Validitas Data	36
3.7.2	Uji Reliabilitas	36
3.7.3	Analisis Regresi Linier Berganda	37
3.7.4	Uji Asumsi Klasik.....	38
3.7.5	Uji Hipotesis	39
3.8	Kerangka Pemecahan Masalah	42
4.	HASIL DAN PEMBAHASAN	44
4.1	Hasil Penelitian.....	44
4.1.1	Gambaran Umum CV. Lisa Jaya Mandiri	44

4.1.2 Struktur Organisasi CV. Lisa Jaya Mandiri	45
4.2 Deskripsi Variabel Penelitian	49
4.2.1 Karakteristik Responden	49
4.2.2 Jawaban Kuesioner dari Responden	50
4.2.3 Pengujian Instrumen	56
4.2.3.1 Uji Validitas.....	56
4.2.3.2 Uji Reliabilitas.....	57
4.2.4 Analisis Regresi Linier Berganda	57
4.2.5 Uji Asumsi Klasik.....	58
4.2.5.1 Uji Normalitas	58
4.2.5.2 Uji Multikolinieritas	60
4.2.5.3 Uji Autokorelasi	61
4.2.5.4 Uji Heteroskedastisitas	61
4.2.6 Uji Hipotesis	62
4.2.6.1 Uji F (Uji Simultan).....	62
4.2.6.2 Uji t (Uji Parsial)	63
4.2.6.3 Uji Determinasi (R^2).....	64
4.3 Pembahasan.....	65
4.3.1 Pengaruh <i>Personal Confrontation</i> terhadap Kepuasan Konsumen	65
4.3.2 Pengaruh <i>Cultivation</i> terhadap Kepuasan Konsumen.....	65
4.3.3 Pengaruh <i>Response</i> terhadap Kepuasan Konsumen	66
4.3.4 Variabel yang Paling Dominan Berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen	67
4.3.5 Pengaruh <i>Personal Confrontation, Cultivation, dan Response</i> terhadap Kepuasan Konsumen	67
5. KESIMPULAN DAN SARAN	69
5.1 Kesimpulan.....	69
5.2 Saran	70
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN.....	75

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penyajian Rangkuman Penelitian Terdahulu	25
Tabel 4.1	Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel 4.2	Data Responden Berdasarkan Usia	49
Tabel 4.3	Data Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	50
Tabel 4.4	Penilaian Responden pada Variabel <i>Personal Confrontation</i> (X_1)	51
Tabel 4.5	Penilaian Responden pada Variabel <i>Cultivation</i> (X_2)	52
Tabel 4.6	Penilaian Responden pada Variabel <i>Response</i> (X_3)	53
Tabel 4.7	Penilaian Responden pada Variabel Kepuasan Konsumen (Y)	54
Tabel 4.8	Uji Validitas Variabel	56
Tabel 4.9	Hasil Uji Reliabilitas	57
Tabel 4.10	Persamaan Regresi	57
Tabel 4.11	Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov	59
Tabel 4.12	Hasil Uji Multikolinieritas	61
Tabel 4.13	Hasil Uji Autokorelasi	61
Tabel 4.14	Hasil Uji Heteroskedastisitas	62
Tabel 4.15	Hasil Uji F (Uji Simultan)	63
Tabel 4.16	Hasil Uji Determinasi (R^2)	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Proses <i>Personal Selling</i>	17
Gambar 2.2	Kerangka Konseptual Penelitian	27
Gambar 3.1	Kerangka Pemecahan Masalah	42
Gambar 4.1	Struktur Organisasi CV. Lisa Jaya Mandiri	45
Gambar 4.2	Grafik Histogram	59
Gambar 4.3	P-P Plot Normalitas	60

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Lembar Kuesioner	75
Lampiran 2	Rekapitulasi Hasil Kuesioner Penelitian	79
Lampiran 3	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	88
Lampiran 4	Hasil Uji Regresi Linier Berganda	94
Lampiran 5	Hasil Uji Asumsi Klasik	98