



**PENGUKURAN *PERSONAL SELLING* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MELALUI NIAT MEMBELI YAMAHA MIO
DI KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

Oleh :

ALFIAN FAHMI LOGISTYA

NIM : 060810291030

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2011**



**PENGUKURAN *PERSONAL SELLING* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MELALUI NIAT MEMBELI YAMAHA MIO
DI KABUPATEN JEMBER**

***PERSONAL SELLING MEASUREMENT ON BUYING INTENTION
THROUGH YAMAHA MIO PURCHASING DECISION
IN JEMBER REGENCY***

SKRIPSI

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1)
dan mencapai gelar Sarjana Ekonomi

Oleh :

ALFIAN FAHMI LOGISTYA

NIM : 060810291030

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2011**

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Alfian Fahmi Logistya

NIM : 060810291030

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis ilmiah yang berjudul: “Pengukuran *Personal selling* Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Niat Membeli Yamaha MIO di Kabupaten Jember” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali jika disebutkan sumbernya dan belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

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

Jember, 11 Oktober 2011

Yang menyatakan,



Alfian Fahmi Logistya

PENGESAHAN

**PENGUKURAN *PERSONAL SELLING* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MELALUI NIAT MEMBELI YAMAHA MIO DI
KABUPATEN JEMBER**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Alfian Fahmi Logistya
NIM : 060810291030
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Telah dipertahankan di depan tim penguji pada tanggal: **26 Oktober 2011**

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

Susunan Panitia Penguji

Ketua : Dewi Prihatini, S.E, MM., PhD :
NIP. 19690329 199303 2 001
Sekretaris : Dr. Deasy Wulandary, SE, M.Si :
NIP. 19730908 200003 2 001
Anggota : Wiji Utami, SE, M. Si :
NIP. 19740120 200012 2 001

Mengetahui/Menyetujui
Universitas Jember
Fakultas Ekonomi
Dekan,



Prof. Dr. H. Moh. Saleh, M.Sc
NIP. 19560831 198403 1 002

TANDA PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Pengukuran *Personal selling* terhadap
Keputusan Pembelian Melalui Niat Membeli
Yamaha Mio di Kabupaten Jember
Nama : Alfian Fahmi Logistya
NIM : 060810291030
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Deasy Wulandari, SE, M.Si

NIP. 19730908 200003 2 001

Wiji Utami, SE, M. Si

NIP. 19740120 200012 2 001

Ketua Jurusan
Program Studi Manajemen

Dr. Hj. Isti Fadah, M.Si
NIP. 19661020 199002 2 001

Disetujui Tanggal :

PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan kepada :

1. Ayah dan Ibunda, terimakasih atas segala bimbingan, doanya dan dukungannya
2. Kedua adik-adikku yang sering memberikan dukungan demi kelancaran skripsi ini
3. Sofiana Indy Hafifah untuk doa dan kesetiannya selama ini
4. Teman-temanku Sunita, Mita terima kasih dukungannya.
5. Teman-temanku Manajemen angkatan 2006, terima kasih semuanya.
6. Almamaterku tercinta.

MOTTO

Tak ada yang bisa menggantikan keuletan. Bakat juga tidak; orang berbakat yang tidak sukses adalah hal yang lumrah. Kejeniusan juga tidak; orang pandai yang tidak memperoleh apa-apa sudah nyaris menjadi kata-kata mutiara. Pendidikan juga tidak; dunia sudah penuh dengan penganggur berpendidikan. Keuletan dan keteguhanlah yang paling berkuasa. “Jangan Menyerah” telah dan selalu memecahkan masalah yang dihadapi manusia.

Calvin Coolidge

RINGKASAN

Pengukuran *Personal Selling* Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Niat Membeli Yamaha MIO di Kabupaten Jember: **Alfian Fahmi Logistya, 060810291030, 2011, 67 halaman, Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.**

Aktivitas *personal selling* memiliki kelebihan tersendiri jika dibandingkan dengan beberapa strategi pemasaran yang lainnya seperti periklanan. Promosi penjualan, humas dan publisitas. Perusahaan dapat memanfaatkan pertemuan tatap muka antara wiraniaga dengan calon pembeli. Penjelasan yang jelas dan rinci mengenai produk dan kualitasnya akan membuat calon pembeli lebih paham dan bisa merekam informasi tersebut dalam memorinya sehingga bisa membandingkan dengan produk serupa yang pernah mereka ketahui. Berdasarkan hal tersebut akan muncul keingintahuan yang besar serta harapan akan adanya kepuasan jika memiliki produk yang ditawarkan dan berlanjut kepada niat untuk membeli produk tersebut. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *personal selling* terhadap niat pembelian Yamaha Mio secara langsung. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *personal selling* terhadap keputusan pembelian Yamaha Mio secara langsung. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh niat membeli terhadap keputusan pembelian Yamaha Mio secara langsung.

Populasi pada penelitian ini adalah konsumen Yamaha Mio PT. Central Yamaha Jember. Sampel yang dalam penelitian ini adalah konsumen Yamaha Mio PT. Central Yamaha Jember sebelum bulan Mei 2011. Sampel terpilih sebanyak 70 orang. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis jalur.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *personal selling* berpengaruh signifikan terhadap niat membeli Yamaha Mio di Wilayah Jember. Hal itu

berdasarkan hasil pengujian koefisien jalur yang menunjukkan bahwa hipotesis pertama yang menyatakan bahwa *personal selling* berpengaruh signifikan terhadap niat membeli terbukti. *Personal selling* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Yamaha Mio di Wilayah Jember. Hal ini berdasarkan hasil pengujian koefisien jalur yang menunjukkan bahwa hipotesis kedua yang menyatakan bahwa *personal selling* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian terbukti. Niat membeli berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Yamaha Mio di Wilayah Jember. Hal itu berdasarkan hasil pengujian koefisien jalur yang menunjukkan bahwa hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa niat membeli berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian terbukti.

Kesimpulan penelitian ini adalah *personal selling* berpengaruh signifikan terhadap niat membeli Yamaha Mio di Wilayah Jember. *Personal selling* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Yamaha Mio di Wilayah Jember. Niat membeli berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Yamaha Mio di Wilayah Jember.

SUMMARY

Personal Selling Measurement on Buying Intention Through Yamaha Mio Purchasing Decision in Jember Regency: Alfian Fahmi Logistya, 060810291030, 2011, 67 page, the Management Departement, the faculty of Economic, Jember University.

Personal selling activity had separate excess if it is compared to some other marketing strategies like advertising. Sales promotion, public relations and publicity. Company can exploit meeting to look in the face between salesmens with prospect. Clear and specific explanation about its the product and quality will make prospect is more understandingly and can record the information in the memory so that can compare to similar product which they known. Based on the thing will emerge keingintahuan which is big and hope would existence of satisfaction if having product that is on the market and continues to intention to buy the product. This aim of research are to know and analyses influence personal selling to intention of purchasing of Yamaha Mio directly. To know and analyses influence personal selling to purchasing decision of Yamaha Mio directly. To know and analyses intention influence to buy to purchasing decision of Yamaha Mio directly.

Result of research indicates that personal selling have significant effect on intention buys Yamaha Mio in Jember regency. That thing is based on result of testing of line coefficient indicating that first hypothesis expressing that personal selling have significant effect to intention buys proven. Personal selling have significant effect to purchasing decision of Yamaha Mio in Jember regency. This thing is based on result of testing of line coefficient indicating that second hypothesis expressing that personal selling have significant effect to proven purchasing decision. Intention buys have significant effect to purchasing decision of Yamaha Mio in Jember regency. That thing is based on result of testing of line

coefficient indicating that third hypothesis expressing that intention buys have significant effect to proven purchasing decision.

This research conclusion are personal selling have significant effect to intention buys Yamaha Mio in Jember regency. Personal selling have significant effect to purchasing decision of Yamaha Mio in Jember regency. Intention buys have significant effect to purchasing decision of Yamaha Mio in Jember regency.

PRAKATA

Dengan mengucapkan syukur atas kehadiran Allah SWT serta hidayahNya, yang telah dilimpahkan kepada penulis sehingga dapat terselesaikannya penulisan skripsi ini. Penyusunan skripsi ini dimaksudkan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program Studi S-1 (Manajemen) Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Penulis menyadari dalam penulisan ini masih banyak kekurangan yang disebabkan oleh keterbatasan kemampuan penulis. Tetapi berkat pertolongan Allah SWT serta dorongan dan bimbingan semua pihak, akhirnya penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.

Selain itu, dalam penulisan skripsi ini banyak pihak yang telah membantu secara langsung atau tidak langsung. Sebagai ungkapan bahagia, maka pada kesempatan ini penulis mengungkapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. Deasy Wulandari, SE, M.Si dan Wiji Utami, SE, M.Si selaku pembimbing yang telah banyak memberikan bimbingan, pengarahan dan saran sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Teman-temanku Manajemen angkatan 2006
3. Seluruh pihak yang membantu semangat dan dorongan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Dengan segala kemampuan dan pengetahuan serta pengalaman yang penulis miliki, maka disadari sepenuhnya skripsi ini masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu, saran dan kritik sangat diharapkan.

Akhirnya, semoga skripsi ini memberikan manfaat dan guna bagi pembaca pada umumnya dan mahasiswa Fakultas Ekonomi pada khususnya.

Jember, 10 Oktober 2011

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
RINGKASAN	viii
<i>SUMMARY</i>	x
PRAKATA	xii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaar Penelitian	6
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teoritis	8
2.1.1 Perilaku Konsumen	8
2.1.2 <i>Personal selling</i>	9
2.1.3 Niat Membeli	15
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	17
2.2 Tinjauan Hasil Penelitian Terdahulu	18
2.3 Kerangka Konseptual dan Hipotesis	21
2.4 Hipotesis	21
BAB 3. METODE PENELITIAN	22
3.1 Rancangan Penelitian	22
3.2 Jenis dan Sumber Data	22

3.3 Teknik Pengumpulan Data	22
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian	23
3.5 Identifikasi variabel	24
3.6 Definisi Operasional Variabel	24
3.7 Skala Pengukuran	27
3.8 Uji Instrumen	28
3.8.1 Uji Validitas Data	28
3.8.2 Uji reliabilitas	28
3.9 Metode Analisis Data	29
3.9.1 Uji Normalitas Data	29
3.9.2 Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	29
3.9.3 Menghitung Jalur	31
3.10 Uji Asumsi Klasik	32
3.10.1 Uji Multikolinearitas	32
3.10.2 Uji Heteroskedastisitas	32
3.10.3 Uji Autokorelasi	33
3.11 Kerangka Pemecahan Masalah	33
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	36
4.1 Gambaran Umum PT. Sentral Yamaha Jember	36
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	36
4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan	36
4.1.3 Aspek Personalia	43
4.1.4 Aspek Pemasaran	45
4.1.5 Kegiatan Usaha	46
4.1.6 Saluran Distribusi	46
4.2 Karakteristik Responden	46
4.3 Deskripsi Penilaian Responden	50
4.4 Uji Instrumen Data	55
4.4.1 Uji validatas dan Reliabilitas	55
4.5 Analisis Data	56
4.5.1 Uji Normalitas Data	56
4.5.2 Uji Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	57
4.5.3 Uji Asumsi Klasik	58
4.5.4 Hasil Pengujian Hipotesis	60

4.6 Pembahasan	62
4.6.1 Pengaruh <i>Personal selling</i> terhadap Niat membeli	63
4.6.2 Pengaruh <i>Personal selling</i> terhadap Keputusan pembelian ...	66
4.6.3 Pengaruh Niat Membeli terhadap Keputusan Pembelian	67
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	68
5.1 Kesimpulan	68
5.2 Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1 Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Penulisan Sekarang.....	20
3.1 Hubungan Jumlah Butir Pertanyaan dengan Reliabilitas Instrumen	38
4.1 Jumlah Karyawan Menurut Kelompok Jabatan pada PT. Sentral Yamaha Jember	44
4.2 Distribusi Umur Responden Konsumen Yamaha Mio di Wilayah Jember	47
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Konsumen Yamaha Mio di Wilayah Jember	48
4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan Konsumen Yamaha Mio di Wilayah Jember	49
4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan (Per Bulan)	50
4.7 Deskripsi Penilaian Responden terhadap Variabel <i>Personal selling</i> (X)...	51
4.8 Deskripsi Penilaian Responden terhadap Niat membeli (Z)	53
4.9 Deskripsi Penilaian Responden terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y)	55
4.10 Hasil Uji Validitas Data	55
4.11 Reliabilitas Instrumen Penelitian	56
4.12 Uji Normalitas Data dengan <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	56
4.13 Nilai Koefisien Jalur dan Pengujian Hipotesis	57
4.14 Hasil Uji Multikolinearitas	58
4.15 Perhitungan Pengaruh Langsung, Pengaruh Tidak langsung dan Total Pengaruh	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Model Perilaku Konsumen.....	9
2.2 Proses <i>Personal selling</i>	13
2.3 Kerangka Konseptual	21
3.1 Model Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	29
3.2 Kerangka Pemecahan Masalah	34
4.1 Struktur Organisasi	37
4.2 Saluran Distribusi pada PT. Sentral Yamaha Jember	46
4.3 Pedoman Pendekteksian Autokorelasi	59
4.4 Model Analisis Jalur	61

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner

Lampiran 2 Tabulasi Data Responden

Lampiran 3 Deskripsi Penilaian Responden

Lampiran 4 Hasil Uji Validitas Data

Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas Data

Lampiran 6 Uji Normalitas Data

Lampiran 7 Hasil Analisis Jalur

Lampiran 8 Hasil Input *Confirmatory Factor Analysis*