



**PENGARUH *PERSONAL SELLING* TERHADAP VOLUME PENJUALAN OBAT  
GENERIK PADA PT.INDOFARMA GLOBAL  
MEDIKA SURABAYA**

***THE INFLUENCE OF PERSONAL SELLING TOWARDS THE SALES VOLUME OF  
GENERIC MEDICINE AT PT. INDOFARMA  
GLOBAL MEDIKA SURABAYA***

**SKRIPSI**

Oleh  
**Septi Ari Ningtyas**  
**NIM. 050910202074**

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI NIAGA  
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS JEMBER  
2013**



**PENGARUH *PERSONAL SELLING* TERHADAP VOLUME PENJUALAN  
OBAT GENERIK PADA PT. INDOFARMA GLOBAL  
MEDIKA SURABAYA**

***THE INFLUENCE OF PERSONAL SELLING TOWARDS THE SALES  
VOLUME OF GENERIC MEDICINE AT PT. INDOFARMA  
GLOBAL MEDIKA SURABAYA***

**SKRIPSI**

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Administrasi Niaga Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember

Oleh  
**Septi Ari Ningtyas**  
**NIM. 050910202074**

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI NIAGA  
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS JEMBER  
2013**

## **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini kupersembahkan kepada:

1. Ibu Warsiah tercinta.
2. Kakak-kakakku Mbak Andri dan Mas woto serta Adik-adikku tersayang Vyrda, Nanda dan Bagus.
3. Dirga Firsyah Saputra.
4. Almamaterku Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

## HALAMAN MOTTO

Pemasaran tidak menciptakan kebutuhan, kebutuhan muncul sebelum adanya pemasaran. Pemasaran menciptakan keinginan atas produk dan jasa tertentu yang dapat memuaskan kebutuhan itu<sup>1</sup>.

*“Surely, Allah will not change the condition of a people until they change what is in themselves.”<sup>2</sup>*

---

<sup>1</sup>Philip Kotler.2006.*According to kotler* hal 50.Jakarta:Gramedia

<sup>2</sup>Terjemahan Surat Ar-Ra'd ayat 11

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Septi Ari Ningtyas

NIM : 050910202074

Menyatakan dengan sesungguhnya – sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul “Pengaruh *Personal selling* terhadap Volume Penjualan Obat Generik pada PT.Indofarma Global Medika Surabaya” 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, 2013

Yang Menyatakan

Septi Ari Ningtyas

NIM.050910202074

**SKRIPSI**

**PENGARUH *PERSONAL SELLING* TERHADAP VOLUME PENJUALAN  
OBAT GENERIK PADA PT.INDOFARMA GLOBAL  
MEDIKA SURABAYA**

Oleh  
**Septi Ari Ningtyas**  
**NIM 050910202074**

**Pembinbing**

Dosen Pembimbing Utama : Dr. Edy Wahyudi, S.Sos M.M

## PENGESAHAN

Skripsi berjudul “Pengaruh *Personal Selling* Terhadap Volume Penjualan Obat Generik Pada PT.Indofarma Global Medika Surabaya” telah diuji dan disahkan pada:

Hari, tanggal : Senin, 14 Januari 2013

Tempat : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Tim Penguji

Ketua

Drs.Poerwanto, MA.

NIP. 19490715 198403 1 002

Pembimbing

Dr.Edy Wahyudi, S.Sos. MM.

NIP. 19750825 200212 1 002

Anggota

Drs. Didik Eko Julianto, M.AB

NIP. 19610722 198902 1 001

Yuslinda Dwi Handini, S.Sos., M.AB

NIP. 19790919 200812 2 001

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Prof. Dr. Hary Yuswadi, MA

NIP. 19520727 198103 1 003

## RINGKASAN

Penelitian dengan judul “**Pengaruh Personal Selling terhadap Volume Penjualan Obat Generik Pada PT.Indofarma Global Medika Surabaya**”, oleh **Septi Ari Ningtyas, 050910202074; 2013**: 95 halaman; Jurusan Ilmu Administrasi Niaga. Program Studi Ilmu Administrasi Niaga. Fakultas Ilmu Sosial dan Politik. Universitas Jember.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengaruh *personal selling* terhadap volume penjualan obat generik. Penelitian ini dilakukan di PT.Indofarma Global Medika Cabang Surabaya. Penelitian ini menggunakan populasi yang berjumlah 40 orang yaitu seluruh karyawan PT.Indofarma bagian Salesman. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode sensus dalam menentukan jumlah responden. Sensus adalah melakukan pendataan (pengumpulan data) seluruh populasi.

Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis **Regresi linier berganda**. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa peningkatan volume penjualan dipengaruhi oleh *personal selling* yaitu dengan nilai  $F_{\text{Hitung}} > F_{\text{tabel}}$  atau  $60,180 > 2,45$ . Dari keseluruhan indikator *personal selling* yang dimasukkan dalam penelitian ini juga menemukan bahwa indikator komunikasi dan penjualan paling berpengaruh terhadap volume penjualan dimana  $T_{\text{hitung}} > T_{\text{table}}$  atau  $3,193 > 1,684$ . Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi sangat penting dalam memasarkan sebuah produk sehingga produk dapat diterima dengan baik.

Berdasarkan hasil perhitungan analisis Regresi Linear Berganda menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *personal selling* dengan volume penjualan obat generik pada PT.Indofarma Global Medika Surabaya.

Program Studi Ilmu Administrasi Niaga, Jurusan Ilmu Administrasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Jember.



## PRAKATA

Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan kehadiran Allah SWT, dengan limpahan rahmat serta izinnya akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Strata Satu (S1) Jurusan Ilmu Administrasi, Program Studi Ilmu Administrasi Niaga, yang berjudul “Pengaruh *Personal selling* terhadap Volume Penjualan Obat Generik pada PT.Indofarma Global Medika Surabaya”.

Penulis menyadari bahwa karya tulis ini tidak mungkin terselasaikan tanpa bantuan, dorongan, dan petunjuk dari berbagai pihak. Oleh karena itu tiada kata yang pantas untuk menghargai selain ucapan terima kasih sedalam – dalamnya untuk semua pihak yang terkait dalam pernyataan skripsi ini.

Dalam kesempatan ini, tidak berlebihan kiranya apabila penulis menyampaikan rasa hormat dan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Hary Yuswadi, MA selaku Dekan FISIP UNEJ.
2. Dr Sasongko, M.Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi .
3. Drs. Poerwanto, MA selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Niaga.
4. Dr. Edy Wahyudi, S.Sos, MM selaku Dosen Pembimbing Utama.
5. Bapak Wahyu Dewantoro selaku Kepala Cabang PT.Indofarma Global Medika Serabaya atas pemberian ijin penelitian, waktu yang diluangkan, serta bantuannya dengan memberikan segala informasi yang diperlukan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Ibu Lis dan seluruh karyawan PT.Indofarma Global Medika Surabaya atas waktu yang diluangkan dan bantuannya selama proses penyusunan skripsi.
7. Ibu Warsiah tercinta. Terimakasih atas pengorbanan, kasih sayang dan doa nya yang tak pernah henti kepadaku. I love you Mom.
8. Mbak Andri dan Pak woto terima kasih atas motivasi dan dukungannya selama ini. Serta adik – adiku tersayang Vyrda. Nanda dan Bagas. Tangis dan tawa kalian adalah pengobat lelahku.

9. Finally, I found someone who not only gave me tears. Dirga Firsyah Saputra. Terimakasih atas kasih sayang dan support nya selama ini. Semoga apa yang kita cita-citakan dapat terwujud. Amin.
10. Teman- teman Adni 2005, banyak kenangan yang kita lalui bersama, terimakasih atas semuanya. Perjalanan kita masih panjang.
11. Sahabat-sahabatku, Iklilah, Ratna, Riris, Decy, Dhatu Terimakasih bantuannya selama ini. Kalian semua adalah my BFF.
12. Teman-temanku di PT.Bintang Adyapastika Glass, Mba Denny, Ning Phipit, Arik dan Ayu. Thanks all of.
13. Semua pihak yang membantu penyusunan skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa karya ilmiah ini masih jauh dari sempurna, maka dari itu penulis mengharap kritik dan saran membangun demi tercapainya ksempurnaan karya ilmiah ini. Semoga karya ilmiah ini dapat bermanfaat dan memperkaya khasanah akademis

Jember, Januari 2013

Penulis

## DAFTAR ISI

|  | Halaman     |
|--|-------------|
| <b>HALAMAN JUDUL .....</b>                     | <b>i</b>    |
| <b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>               | <b>ii</b>   |
| <b>HALAMAN MOTTO .....</b>                     | <b>iii</b>  |
| <b>HALAMAN PERNYATAAN .....</b>                | <b>iv</b>   |
| <b>HALAMAN PEMBIMBINGAN .....</b>              | <b>v</b>    |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>                | <b>vi</b>   |
| <b>RINGKASAN .....</b>                         | <b>vii</b>  |
| <b>PRAKATA .....</b>                           | <b>viii</b> |
| <b>DAFTAR ISI .....</b>                        | <b>x</b>    |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                      | <b>xiii</b> |
| <b>DAFTAR GAMBAR .....</b>                     | <b>xv</b>   |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>                   | <b>xvi</b>  |
| <b>BAB 1. PENDAHULUAN .....</b>                | <b>1</b>    |
| <b>1.1 Latar Belakang .....</b>                | <b>1</b>    |
| <b>1.2 Rumusan Masalah .....</b>               | <b>7</b>    |
| <b>1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian .....</b> | <b>7</b>    |
| 1.3.1 Tujuan Penelitian .....                  | 8           |
| 1.3.2 Manfaat Penelitian .....                 | 8           |
| <b>BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA .....</b>           | <b>10</b>   |
| <b>2.1 Landasan Teori .....</b>                | <b>10</b>   |
| <b>2.2 Pengertian Pemasaran .....</b>          | <b>10</b>   |
| 2.2.1 Bauran Pemasaran .....                   | 11          |
| 2.2.2 Bauran Promosi .....                     | 14          |
| 2.2.3 Personal selling .....                   | 19          |
| 2.2.4 Wiraniaga (Tenaga Penjualan) .....       | 28          |

|  |           |
|--|-----------|
| 2.3 Produk Obat Generic .....  | 32        |
| 2.4 Volume Penjualan .....   | 33        |
| 2.5 Pengaruh <i>Personal selling</i> terhadap volume penjualan ..... | 34        |
| 2.6 Penelitian Terdahulu .....                                       | 35        |
| <b>BAB 3. METODE PENELITIAN .....</b>                                | <b>38</b> |
| 3.1 Pengertian Metode Penelitian .....                               | 38        |
| 3.2 Jenis Penelitian .....   | 38        |
| 3.3 Model Analisis .....   | 38        |
| 3.4 Hipotesis .....  | 39        |
| 3.5 Operasionalisasi Konsep .....                                    | 40        |
| 3.6 Tahap–tahap penelitian .....                                     | 42        |
| 3.6.1 Tahap Persiapan .....  | 42        |
| 3.6.2 Tahap Pengumpulan Data .....                                   | 44        |
| 3.6.2 Tahap Pengolahan Data .....                                    | 45        |
| 3.7 Uji Instrument Penelitian.....                                   | 46        |
| 3.7.1 Uji Validitas .....  | 46        |
| 3.7.2 Uji Reliabilitas .....   | 47        |
| 3.8 Uji Asumsi Klasik.....   | 48        |
| 3.9 Tahap Analisis Data.....   | 49        |
| 3.10 Tahap Penarikan Kesimpulan .....                                | 52        |
| <b>BAB 4. GAMBARAN UMUM TEMPAT PENELITIAN .....</b>                  | <b>53</b> |
| 4.1 Sejarah PT.Indofarma Global Medika Surabaya .....                | 53        |
| 4.2 Tujuan Perusahaan.....   | 54        |
| 4.3 Struktur Organisasi .....  | 59        |
| 4.4 <i>Corporate Social Responsibility(CSR)</i> .....                | 66        |
| 4.5 Ketenagakerjaan .....  | 66        |
| 4.6 Jenis Produk .....   | 68        |
| <b>BAB 5. HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>                             | <b>70</b> |
| 5.1 Diskripsi Responden .....  | 70        |

|  |           |
|--|-----------|
| <b>5.2 Diskripsi Variabel .....</b>          | <b>71</b> |
| 5.2.1 Variabel <i>personal selling</i> ..... | 71        |
| <b>5.3 Analisis hasil penelitian .....</b>   | <b>81</b> |
| 5.3.1 Uji Validitas .....                    | 81        |
| 5.3.2 Uji Reliabilitas .....                 | 83        |
| <b>5.4 Analisis Data.....</b>                | <b>84</b> |
| 5.4.1 Uji asumsi klasik.....                 | 84        |
| 5.4.2 Uji Linier Berganda .....              | 87        |
| <b>5.5 Analisis Uji Hipotesis .....</b>      | <b>89</b> |
| <b>BAB 6. KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>     | <b>93</b> |
| <b>6.1 Kesimpulan .....</b>                  | <b>93</b> |
| <b>6.2 Saran .....</b>                       | <b>94</b> |

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

|  |    |
|--|----|
| 1.1 Perusahaan yang mendistribusikan obat generik .....  | 5  |
| 1.2 Volume Penjualan Obat Generik .....  | 6  |
| 1.3 Volume Penjualan Obat Generik Per bulan .....  | 7  |
| 2.1 Penelitian terdahulu .....   | 35 |
| 5.1 Distribusi responden berdasarkan jenis kelamin responden .....   | 70 |
| 5.2 Distribusi responden berdasarkan tingkat pendidikan .....  | 70 |
| 5.3 Distribusi responden berdasarkan jabatan .....   | 71 |
| 5.4 Tanggapan responden terhadap mencari calon pelanggan melalui pelanggan lama.....                           | 72 |
| 5.5 Tanggapan responden terhadap mencari calon pelanggan dengan menanyakan kepada teman .....                  | 73 |
| 5.6 Tanggapan responden terhadap mencari calon pelanggan dengan mendatangi langsung ke rumah atau kantor ..... | 73 |
| 5.7 Tanggapan responden terhadap menarik perhatian calon pembeli .....   | 74 |
| 5.8 Tanggapan responden terhadap memberi kesan yang baik kepada calon pembeli .....                            | 75 |
| 5.9 Tanggapan responden terhadap Gaya bahasa dalam mempresentasikan produk .....                               | 76 |
| 5.10 Tanggapan responden terhadap Kesesuaian informasi yang disampaikan terhadap manfaat dan mutu produk.....  | 77 |
| 5.11 Tanggapan responden terhadap Sikap wiranaga dalam mengadakan pelayanan .....                              | 77 |
| 5.12 Tanggapan responden terhadap Mengatasi penolakan yang diajukan oleh konsumen .....                        | 78 |
| 5.13 Tanggapan responden terhadap Memberikan jasa pengiriman barang untuk konsumen .....                       | 79 |

|   |    |
|---|----|
| 5.14 Tanggapan responden terhadap Memberikan bantuan teknis kepada konsumen .....   | 79 |
| 5.15 Tanggapan responden terhadap Menjaga hubungan yang baik dengan pelanggan ..... | 80 |
| 5.16 Tanggapan responden terhadap Komunikasi yang baik dengan pelanggan ..          | 81 |
| 5.17 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas.....  | 82 |
| 5.18 Hasil Uji Reliabilitas .....   | 83 |
| 5.19 Nilai VIF .....  | 85 |
| 5.20 Hasil analisis uji regresi linier berganda .....                               | 88 |
| 5.21 Hasil uji F.....   | 90 |
| 5.22 Hasil uji T.....   | 91 |

## DAFTAR GAMBAR

|   |    |
|---|----|
| 2.1 Bauran Pemasaran.....   | 12 |
| 2.2 Langkah-langkah utama dalam penjualan efektif .....           | 26 |
| 2.3 Langkah-langkah utama dalam manajemen armada penjualan .....  | 30 |
| 4.1 Logo PT.Indofarma Global Medika.....                          | 59 |
| 4.2 Struktur Organisasi PT.Indofarma Global Medika Surabaya ..... | 65 |
| 5.1 Hasil P-P Plot untuk variable .....                           | 84 |
| 5.2 hasil Scatter Plot.....                                       | 86 |



## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Surat Keterangan Selesai Penelitian dari Perusahaan

Lampiran 2 Daftar Kuesioner

Lampiran 3 Tabulasi Data Angket

Lampiran 4 Tabel product moment

Lampiran 5 Tabel F

Lampiran 6 Tabel T

Lampiran 7 Tabel Frekuensi

Lampiran 8 Tabel Korelasi

Lampiran 9 Tabel Regresi

Lampiran 9 Gambar Perusahaan



**PENGARUH *PERSONAL SELLING* TERHADAP VOLUME PENJUALAN  
OBAT GENERIK PADA PT.INDOFARMA GLOBAL  
MEDIKA SURABAYA**

***THE INFLUENCE OF PERSONAL SELLING TOWARDS THE SALES  
VOLUME OF GENERIC MEDICINE AT PT. INDOFARMA  
GLOBAL MEDIKA SURABAYA***

**SKRIPSI**

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Administrasi Niaga Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember

Oleh  
**Septi Ari Ningtyas**  
**NIM. 050910202074**

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI NIAGA  
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS JEMBER  
2013**

## **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini kupersembahkan kepada:

1. Ibu Warsiah tercinta.
2. Kakak-kakakku Mbak Andri dan Mas woto serta Adik-adikku tersayang Vyrda, Nanda dan Bagas.
3. Dirga Firsyah Saputra.
4. Almamaterku Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

## HALAMAN MOTTO

Pemasaran tidak menciptakan kebutuhan, kebutuhan muncul sebelum adanya pemasaran. Pemasaran menciptakan keinginan atas produk dan jasa tertentu yang dapat memuaskan kebutuhan itu<sup>1</sup>.

*“Surely, Allah will not change the condition of a people until they change what is in themselves.”<sup>2</sup>*

---

<sup>1</sup>Philip Kotler.2006.*According to kotler* hal 50.Jakarta:Gramedia

<sup>2</sup>Terjemahan Surat Ar-Ra'd ayat 11

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Septi Ari Ningtyas

NIM : 050910202074

Menyatakan dengan sesungguhnya – sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul “Pengaruh *Personal selling* terhadap Volume Penjualan Obat Generik pada PT.Indofarma Global Medika Surabaya” 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, 2013

Yang Menyatakan

Septi Ari Ningtyas

NIM.050910202074

**SKRIPSI**

**PENGARUH *PERSONAL SELLING* TERHADAP VOLUME PENJUALAN  
OBAT GENERIK PADA PT.INDOFARMA GLOBAL  
MEDIKA SURABAYA**

Oleh  
**Septi Ari Ningtyas**  
**NIM 050910202074**

**Pembinbing**

Dosen Pembimbing Utama : Dr. Edy Wahyudi, S.Sos M.M

## PENGESAHAN

Skripsi berjudul “Pengaruh *Personal Selling* Terhadap Volume Penjualan Obat Generik Pada PT.Indofarma Global Medika Surabaya” telah diuji dan disahkan pada:

Hari, tanggal : Senin, 14 Januari 2013

Tempat : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Tim Penguji

Ketua

Drs.Poerwanto, MA.

NIP. 19490715 198403 1 002

Pembimbing

Dr.Edy Wahyudi, S.Sos. MM.

NIP. 19750825 200212 1 002

Anggota

Drs. Didik Eko Julianto, M.AB

NIP. 19610722 198902 1 001

Yuslinda Dwi Handini, S.Sos., M.AB

NIP. 19790919 200812 2 001

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Prof. Dr. Hary Yuswadi, MA

NIP. 19520727 198103 1 003

## RINGKASAN

Penelitian dengan judul “**Pengaruh Personal Selling terhadap Volume Penjualan Obat Generik Pada PT.Indofarma Global Medika Surabaya**”, oleh **Septi Ari Ningtyas, 050910202074; 2013**: 95 halaman; Jurusan Ilmu Administrasi Niaga. Program Studi Ilmu Administrasi Niaga. Fakultas Ilmu Sosial dan Politik. Universitas Jember.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengaruh *personal selling* terhadap volume penjualan obat generik. Penelitian ini dilakukan di PT.Indofarma Global Medika Cabang Surabaya. Penelitian ini menggunakan populasi yang berjumlah 40 orang yaitu seluruh karyawan PT.Indofarma bagian Salesman. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode sensus dalam menentukan jumlah responden. Sensus adalah melakukan pendataan (pengumpulan data) seluruh populasi.

Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis **Regresi linier berganda**. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa peningkatan volume penjualan dipengaruhi oleh *personal selling* yaitu dengan nilai  $F_{\text{Hitung}} > F_{\text{tabel}}$  atau  $60,180 > 2,45$ . Dari keseluruhan indikator *personal selling* yang dimasukkan dalam penelitian ini juga menemukan bahwa indikator komunikasi dan penjualan paling berpengaruh terhadap volume penjualan dimana  $T_{\text{hitung}} > T_{\text{table}}$  atau  $3,193 > 1,684$ . Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi sangat penting dalam memasarkan sebuah produk sehingga produk dapat diterima dengan baik.

Berdasarkan hasil perhitungan analisis Regresi Linear Berganda menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *personal selling* dengan volume penjualan obat generik pada PT.Indofarma Global Medika Surabaya.

Program Studi Ilmu Administrasi Niaga, Jurusan Ilmu Administrasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Jember.



## PRAKATA

Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan kehadiran Allah SWT, dengan limpahan rahmat serta izinnya akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Strata Satu (S1) Jurusan Ilmu Administrasi, Program Studi Ilmu Administrasi Niaga, yang berjudul “Pengaruh *Personal selling* terhadap Volume Penjualan Obat Generik pada PT.Indofarma Global Medika Surabaya”.

Penulis menyadari bahwa karya tulis ini tidak mungkin terselasaikan tanpa bantuan, dorongan, dan petunjuk dari berbagai pihak. Oleh karena itu tiada kata yang pantas untuk menghargai selain ucapan terima kasih sedalam – dalamnya untuk semua pihak yang terkait dalam pernyataan skripsi ini.

Dalam kesempatan ini, tidak berlebihan kiranya apabila penulis menyampaikan rasa hormat dan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Hary Yuswadi, MA selaku Dekan FISIP UNEJ.
2. Dr Sasongko, M.Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi .
3. Drs. Poerwanto, MA selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Niaga.
4. Dr. Edy Wahyudi, S.Sos, MM selaku Dosen Pembimbing Utama.
5. Bapak Wahyu Dewantoro selaku Kepala Cabang PT.Indofarma Global Medika Serabaya atas pemberian ijin penelitian, waktu yang diluangkan, serta bantuannya dengan memberikan segala informasi yang diperlukan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Ibu Lis dan seluruh karyawan PT.Indofarma Global Medika Surabaya atas waktu yang diluangkan dan bantuannya selama proses penyusunan skripsi.
7. Ibu Warsiah tercinta. Terimakasih atas pengorbanan, kasih sayang dan doa nya yang tak pernah henti kepadaku. I love you Mom.
8. Mbak Andri dan Pak woto terima kasih atas motivasi dan dukungannya selama ini. Serta adik – adiku tersayang Vyrda. Nanda dan Bagas. Tangis dan tawa kalian adalah pengobat lelahku.

9. Finally, I found someone who not only gave me tears. Dirga Firsyah Saputra. Terimakasih atas kasih sayang dan support nya selama ini. Semoga apa yang kita cita-citakan dapat terwujud. Amin.
10. Teman- teman Adni 2005, banyak kenangan yang kita lalui bersama, terimakasih atas semuanya. Perjalanan kita masih panjang.
11. Sahabat-sahabatku, Iklilah, Ratna, Riris, Decy, Dhatu Terimakasih bantuannya selama ini. Kalian semua adalah my BFF.
12. Teman-temanku di PT.Bintang Adyapastika Glass, Mba Denny, Ning Phipit, Arik dan Ayu. Thanks all of.
13. Semua pihak yang membantu penyusunan skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa karya ilmiah ini masih jauh dari sempurna, maka dari itu penulis mengharap kritik dan saran membangun demi tercapainya ksempurnaan karya ilmiah ini. Semoga karya ilmiah ini dapat bermanfaat dan memperkaya khasanah akademis

Jember, Januari 2013

Penulis

## DAFTAR ISI

|  | Halaman     |
|--|-------------|
| <b>HALAMAN JUDUL</b> .....                     | <b>i</b>    |
| <b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....               | <b>ii</b>   |
| <b>HALAMAN MOTTO</b> .....                     | <b>iii</b>  |
| <b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....                | <b>iv</b>   |
| <b>HALAMAN PEMBIMBINGAN</b> .....              | <b>v</b>    |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....                | <b>vi</b>   |
| <b>RINGKASAN</b> .....                         | <b>vii</b>  |
| <b>PRAKATA</b> .....                           | <b>viii</b> |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....                        | <b>x</b>    |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....                      | <b>xiii</b> |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....                     | <b>xv</b>   |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....                   | <b>xvi</b>  |
| <b>BAB 1. PENDAHULUAN</b> .....                | <b>1</b>    |
| <b>1.1 Latar Belakang</b> .....                | <b>1</b>    |
| <b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....               | <b>7</b>    |
| <b>1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian</b> ..... | <b>7</b>    |
| 1.3.1 Tujuan Penelitian .....                  | <b>8</b>    |
| 1.3.2 Manfaat Penelitian .....                 | <b>8</b>    |
| <b>BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA</b> .....           | <b>10</b>   |
| <b>2.1 Landasan Teori</b> .....                | <b>10</b>   |
| <b>2.2 Pengertian Pemasaran</b> .....          | <b>10</b>   |
| 2.2.1 Bauran Pemasaran .....                   | <b>11</b>   |
| 2.2.2 Bauran Promosi .....                     | <b>14</b>   |
| 2.2.3 Personal selling .....                   | <b>19</b>   |
| 2.2.4 Wiraniaga (Tenaga Penjualan) .....       | <b>28</b>   |

|  |           |
|--|-----------|
| 2.3 Produk Obat Generic .....  | 32        |
| 2.4 Volume Penjualan .....   | 33        |
| 2.5 Pengaruh <i>Personal selling</i> terhadap volume penjualan ..... | 34        |
| 2.6 Penelitian Terdahulu .....                                       | 35        |
| <b>BAB 3. METODE PENELITIAN .....</b>                                | <b>38</b> |
| 3.1 Pengertian Metode Penelitian .....                               | 38        |
| 3.2 Jenis Penelitian .....   | 38        |
| 3.3 Model Analisis .....   | 38        |
| 3.4 Hipotesis .....  | 39        |
| 3.5 Operasionalisasi Konsep .....                                    | 40        |
| 3.6 Tahap–tahap penelitian .....                                     | 42        |
| 3.6.1 Tahap Persiapan .....  | 42        |
| 3.6.2 Tahap Pengumpulan Data .....                                   | 44        |
| 3.6.2 Tahap Pengolahan Data .....                                    | 45        |
| 3.7 Uji Instrument Penelitian.....                                   | 46        |
| 3.7.1 Uji Validitas .....  | 46        |
| 3.7.2 Uji Reliabilitas .....   | 47        |
| 3.8 Uji Asumsi Klasik.....   | 48        |
| 3.9 Tahap Analisis Data.....   | 49        |
| 3.10 Tahap Penarikan Kesimpulan .....                                | 52        |
| <b>BAB 4. GAMBARAN UMUM TEMPAT PENELITIAN .....</b>                  | <b>53</b> |
| 4.1 Sejarah PT.Indofarma Global Medika Surabaya .....                | 53        |
| 4.2 Tujuan Perusahaan.....   | 54        |
| 4.3 Struktur Organisasi .....  | 59        |
| 4.4 <i>Corporate Social Responsibility(CSR)</i> .....                | 66        |
| 4.5 Ketenagakerjaan .....  | 66        |
| 4.6 Jenis Produk .....   | 68        |
| <b>BAB 5. HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>                             | <b>70</b> |
| 5.1 Diskripsi Responden .....  | 70        |

|  |           |
|--|-----------|
| <b>5.2 Diskripsi Variabel .....</b>          | <b>71</b> |
| 5.2.1 Variabel <i>personal selling</i> ..... | 71        |
| <b>5.3 Analisis hasil penelitian .....</b>   | <b>81</b> |
| 5.3.1 Uji Validitas .....                    | 81        |
| 5.3.2 Uji Reliabilitas .....                 | 83        |
| <b>5.4 Analisis Data.....</b>                | <b>84</b> |
| 5.4.1 Uji asumsi klasik.....                 | 84        |
| 5.4.2 Uji Linier Berganda .....              | 87        |
| <b>5.5 Analisis Uji Hipotesis .....</b>      | <b>89</b> |
| <b>BAB 6. KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>     | <b>93</b> |
| <b>6.1 Kesimpulan .....</b>                  | <b>93</b> |
| <b>6.2 Saran .....</b>                       | <b>94</b> |

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

|   |    |
|---|----|
| 1.1 Perusahaan yang mendistribusikan obat generik .....   | 5  |
| 1.2 Volume Penjualan Obat Generik .....   | 6  |
| 1.3 Volume Penjualan Obat Generik Per bulan .....   | 7  |
| 2.1 Penelitian terdahulu .....  | 35 |
| 5.1 Distribusi responden berdasarkan jenis kelamin responden .....  | 70 |
| 5.2 Distribusi responden berdasarkan tingkat pendidikan .....   | 70 |
| 5.3 Distribusi responden berdasarkan jabatan .....  | 71 |
| 5.4 Tanggapan responden terhadap mencari calon pelanggan melalui pelanggan<br>lama.....                           | 72 |
| 5.5 Tanggapan responden terhadap mencari calon pelanggan dengan menanyakan<br>kepada teman .....                  | 73 |
| 5.6 Tanggapan responden terhadap mencari calon pelanggan dengan mendatangi<br>langsung ke rumah atau kantor ..... | 73 |
| 5.7 Tanggapan responden terhadap menarik perhatian calon pembeli .....  | 74 |
| 5.8 Tanggapan responden terhadap memberi kesan yang baik kepada calon pembeli<br>.....                            | 75 |
| 5.9 Tanggapan responden terhadap Gaya bahasa dalam mempresentasikan produk<br>.....                               | 76 |
| 5.10 Tanggapan responden terhadap Kesesuaian informasi yang disampaikan<br>terhadap manfaat dan mutu produk.....  | 77 |
| 5.11 Tanggapan responden terhadap Sikap wiranaga dalam mengadakan pelayanan<br>.....                              | 77 |
| 5.12 Tanggapan responden terhadap Mengatasi penolakan yang diajukan oleh<br>konsumen .....                        | 78 |
| 5.13 Tanggapan responden terhadap Memberikan jasa pengiriman barang untuk<br>konsumen .....                       | 79 |

|   |    |
|---|----|
| 5.14 Tanggapan responden terhadap Memberikan bantuan teknis kepada konsumen .....   | 79 |
| 5.15 Tanggapan responden terhadap Menjaga hubungan yang baik dengan pelanggan ..... | 80 |
| 5.16 Tanggapan responden terhadap Komunikasi yang baik dengan pelanggan ..          | 81 |
| 5.17 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas.....  | 82 |
| 5.18 Hasil Uji Reliabilitas .....   | 83 |
| 5.19 Nilai VIF .....  | 85 |
| 5.20 Hasil analisis uji regresi linier berganda .....                               | 88 |
| 5.21 Hasil uji F.....   | 90 |
| 5.22 Hasil uji T.....   | 91 |

## DAFTAR GAMBAR

|   |    |
|---|----|
| 2.1 Bauran Pemasaran.....   | 12 |
| 2.2 Langkah-langkah utama dalam penjualan efektif .....           | 26 |
| 2.3 Langkah-langkah utama dalam manajemen armada penjualan .....  | 30 |
| 4.1 Logo PT.Indofarma Global Medika.....                          | 59 |
| 4.2 Struktur Organisasi PT.Indofarma Global Medika Surabaya ..... | 65 |
| 5.1 Hasil P-P Plot untuk variable .....                           | 84 |
| 5.2 hasil Scatter Plot.....                                       | 86 |



## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Surat Keterangan Selesai Penelitian dari Perusahaan

Lampiran 2 Daftar Kuesioner

Lampiran 3 Tabulasi Data Angket

Lampiran 4 Tabel product moment

Lampiran 5 Tabel F

Lampiran 6 Tabel T

Lampiran 7 Tabel Frekuensi

Lampiran 8 Tabel Korelasi

Lampiran 9 Tabel Regresi

Lampiran 9 Gambar Perusahaan



**PENGARUH *PERSONAL SELLING* TERHADAP VOLUME PENJUALAN  
OBAT GENERIK PADA PT.INDOFARMA GLOBAL  
MEDIKA SURABAYA**

***THE INFLUENCE OF PERSONAL SELLING TOWARDS THE SALES  
VOLUME OF GENERIC MEDICINE AT PT. INDOFARMA  
GLOBAL MEDIKA SURABAYA***

**SKRIPSI**

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Administrasi Niaga Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember

Oleh  
**Septi Ari Ningtyas**  
**NIM. 050910202074**

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI NIAGA  
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS JEMBER  
2013**

## **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini kupersembahkan kepada:

1. Ibu Warsiah tercinta.
2. Kakak-kakakku Mbak Andri dan Mas woto serta Adik-adikku tersayang Vyrda, Nanda dan Bagus.
3. Dirga Firsyah Saputra.
4. Almamaterku Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

## HALAMAN MOTTO

Pemasaran tidak menciptakan kebutuhan, kebutuhan muncul sebelum adanya pemasaran. Pemasaran menciptakan keinginan atas produk dan jasa tertentu yang dapat memuaskan kebutuhan itu<sup>1</sup>.

*“Surely, Allah will not change the condition of a people until they change what is in themselves.”<sup>2</sup>*

---

<sup>1</sup>Philip Kotler.2006.*According to kotler* hal 50.Jakarta:Gramedia

<sup>2</sup>Terjemahan Surat Ar-Ra'd ayat 11

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Septi Ari Ningtyas

NIM : 050910202074

Menyatakan dengan sesungguhnya – sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul “Pengaruh *Personal selling* terhadap Volume Penjualan Obat Generik pada PT.Indofarma Global Medika Surabaya” 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, 2013

Yang Menyatakan

Septi Ari Ningtyas

NIM.050910202074

**SKRIPSI**

**PENGARUH *PERSONAL SELLING* TERHADAP VOLUME PENJUALAN  
OBAT GENERIK PADA PT.INDOFARMA GLOBAL  
MEDIKA SURABAYA**

Oleh  
**Septi Ari Ningtyas**  
**NIM 050910202074**

**Pembinbing**

Dosen Pembimbing Utama : Dr. Edy Wahyudi, S.Sos M.M

## PENGESAHAN

Skripsi berjudul “Pengaruh *Personal Selling* Terhadap Volume Penjualan Obat Generik Pada PT.Indofarma Global Medika Surabaya” telah diuji dan disahkan pada:

Hari, tanggal : Senin, 14 Januari 2013

Tempat : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Tim Penguji

Ketua

Drs.Poerwanto, MA.

NIP. 19490715 198403 1 002

Pembimbing

Dr.Edy Wahyudi, S.Sos. MM.

NIP. 19750825 200212 1 002

Anggota

Drs. Didik Eko Julianto, M.AB

NIP. 19610722 198902 1 001

Yuslinda Dwi Handini, S.Sos., M.AB

NIP. 19790919 200812 2 001

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Prof. Dr. Hary Yuswadi, MA

NIP. 19520727 198103 1 003

## RINGKASAN

Penelitian dengan judul “**Pengaruh Personal Selling terhadap Volume Penjualan Obat Generik Pada PT.Indofarma Global Medika Surabaya**”, oleh **Septi Ari Ningtyas, 050910202074; 2013**: 95 halaman; Jurusan Ilmu Administrasi Niaga. Program Studi Ilmu Administrasi Niaga. Fakultas Ilmu Sosial dan Politik. Universitas Jember.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengaruh *personal selling* terhadap volume penjualan obat generik. Penelitian ini dilakukan di PT.Indofarma Global Medika Cabang Surabaya. Penelitian ini menggunakan populasi yang berjumlah 40 orang yaitu seluruh karyawan PT.Indofarma bagian Salesman. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode sensus dalam menentukan jumlah responden. Sensus adalah melakukan pendataan (pengumpulan data) seluruh populasi.

Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis **Regresi linier berganda**. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa peningkatan volume penjualan dipengaruhi oleh *personal selling* yaitu dengan nilai  $F_{\text{Hitung}} > F_{\text{tabel}}$  atau  $60,180 > 2,45$ . Dari keseluruhan indikator *personal selling* yang dimasukkan dalam penelitian ini juga menemukan bahwa indikator komunikasi dan penjualan paling berpengaruh terhadap volume penjualan dimana  $T_{\text{hitung}} > T_{\text{table}}$  atau  $3,193 > 1,684$ . Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi sangat penting dalam memasarkan sebuah produk sehingga produk dapat diterima dengan baik.

Berdasarkan hasil perhitungan analisis Regresi Linear Berganda menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *personal selling* dengan volume penjualan obat generik pada PT.Indofarma Global Medika Surabaya.

Program Studi Ilmu Administrasi Niaga, Jurusan Ilmu Administrasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Jember.



## PRAKATA

Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan kehadiran Allah SWT, dengan limpahan rahmat serta izinnya akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Strata Satu (S1) Jurusan Ilmu Administrasi, Program Studi Ilmu Administrasi Niaga, yang berjudul “Pengaruh *Personal selling* terhadap Volume Penjualan Obat Generik pada PT.Indofarma Global Medika Surabaya”.

Penulis menyadari bahwa karya tulis ini tidak mungkin terselasaikan tanpa bantuan, dorongan, dan petunjuk dari berbagai pihak. Oleh karena itu tiada kata yang pantas untuk menghargai selain ucapan terima kasih sedalam – dalamnya untuk semua pihak yang terkait dalam pernyataan skripsi ini.

Dalam kesempatan ini, tidak berlebihan kiranya apabila penulis menyampaikan rasa hormat dan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Hary Yuswadi, MA selaku Dekan FISIP UNEJ.
2. Dr Sasongko, M.Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi .
3. Drs. Poerwanto, MA selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Niaga.
4. Dr. Edy Wahyudi, S.Sos, MM selaku Dosen Pembimbing Utama.
5. Bapak Wahyu Dewantoro selaku Kepala Cabang PT.Indofarma Global Medika Serabaya atas pemberian ijin penelitian, waktu yang diluangkan, serta bantuannya dengan memberikan segala informasi yang diperlukan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Ibu Lis dan seluruh karyawan PT.Indofarma Global Medika Surabaya atas waktu yang diluangkan dan bantuannya selama proses penyusunan skripsi.
7. Ibu Warsiah tercinta. Terimakasih atas pengorbanan, kasih sayang dan doa nya yang tak pernah henti kepadaku. I love you Mom.
8. Mbak Andri dan Pak woto terima kasih atas motivasi dan dukungannya selama ini. Serta adik – adiku tersayang Vyrda. Nanda dan Bagas. Tangis dan tawa kalian adalah pengobat lelahku.

9. Finally, I found someone who not only gave me tears. Dirga Firsyah Saputra. Terimakasih atas kasih sayang dan support nya selama ini. Semoga apa yang kita cita-citakan dapat terwujud. Amin.
10. Teman- teman Adni 2005, banyak kenangan yang kita lalui bersama, terimakasih atas semuanya. Perjalanan kita masih panjang.
11. Sahabat-sahabatku, Iklilah, Ratna, Riris, Decy, Dhatu Terimakasih bantuannya selama ini. Kalian semua adalah my BFF.
12. Teman-temanku di PT.Bintang Adyapastika Glass, Mba Denny, Ning Phipit, Arik dan Ayu. Thanks all of.
13. Semua pihak yang membantu penyusunan skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa karya ilmiah ini masih jauh dari sempurna, maka dari itu penulis mengharap kritik dan saran membangun demi tercapainya ksempurnaan karya ilmiah ini. Semoga karya ilmiah ini dapat bermanfaat dan memperkaya khasanah akademis

Jember, Januari 2013

Penulis

## DAFTAR ISI

|  | Halaman     |
|--|-------------|
| <b>HALAMAN JUDUL .....</b>                     | <b>i</b>    |
| <b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>               | <b>ii</b>   |
| <b>HALAMAN MOTTO .....</b>                     | <b>iii</b>  |
| <b>HALAMAN PERNYATAAN .....</b>                | <b>iv</b>   |
| <b>HALAMAN PEMBIMBINGAN .....</b>              | <b>v</b>    |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>                | <b>vi</b>   |
| <b>RINGKASAN .....</b>                         | <b>vii</b>  |
| <b>PRAKATA .....</b>                           | <b>viii</b> |
| <b>DAFTAR ISI .....</b>                        | <b>x</b>    |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                      | <b>xiii</b> |
| <b>DAFTAR GAMBAR .....</b>                     | <b>xv</b>   |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>                   | <b>xvi</b>  |
| <b>BAB 1. PENDAHULUAN .....</b>                | <b>1</b>    |
| <b>1.1 Latar Belakang .....</b>                | <b>1</b>    |
| <b>1.2 Rumusan Masalah .....</b>               | <b>7</b>    |
| <b>1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian .....</b> | <b>7</b>    |
| 1.3.1 Tujuan Penelitian .....                  | 8           |
| 1.3.2 Manfaat Penelitian .....                 | 8           |
| <b>BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA .....</b>           | <b>10</b>   |
| <b>2.1 Landasan Teori .....</b>                | <b>10</b>   |
| <b>2.2 Pengertian Pemasaran .....</b>          | <b>10</b>   |
| 2.2.1 Bauran Pemasaran .....                   | 11          |
| 2.2.2 Bauran Promosi .....                     | 14          |
| 2.2.3 Personal selling .....                   | 19          |
| 2.2.4 Wiraniaga (Tenaga Penjualan) .....       | 28          |

|  |           |
|--|-----------|
| 2.3 Produk Obat Generic .....  | 32        |
| 2.4 Volume Penjualan .....   | 33        |
| 2.5 Pengaruh <i>Personal selling</i> terhadap volume penjualan ..... | 34        |
| 2.6 Penelitian Terdahulu .....                                       | 35        |
| <b>BAB 3. METODE PENELITIAN .....</b>                                | <b>38</b> |
| 3.1 Pengertian Metode Penelitian .....                               | 38        |
| 3.2 Jenis Penelitian .....   | 38        |
| 3.3 Model Analisis .....   | 38        |
| 3.4 Hipotesis .....  | 39        |
| 3.5 Operasionalisasi Konsep .....                                    | 40        |
| 3.6 Tahap–tahap penelitian .....                                     | 42        |
| 3.6.1 Tahap Persiapan .....  | 42        |
| 3.6.2 Tahap Pengumpulan Data .....                                   | 44        |
| 3.6.2 Tahap Pengolahan Data .....                                    | 45        |
| 3.7 Uji Instrument Penelitian.....                                   | 46        |
| 3.7.1 Uji Validitas .....  | 46        |
| 3.7.2 Uji Reliabilitas .....   | 47        |
| 3.8 Uji Asumsi Klasik.....   | 48        |
| 3.9 Tahap Analisis Data.....   | 49        |
| 3.10 Tahap Penarikan Kesimpulan .....                                | 52        |
| <b>BAB 4. GAMBARAN UMUM TEMPAT PENELITIAN .....</b>                  | <b>53</b> |
| 4.1 Sejarah PT.Indofarma Global Medika Surabaya .....                | 53        |
| 4.2 Tujuan Perusahaan.....   | 54        |
| 4.3 Struktur Organisasi .....  | 59        |
| 4.4 <i>Corporate Social Responsibility(CSR)</i> .....                | 66        |
| 4.5 Ketenagakerjaan .....  | 66        |
| 4.6 Jenis Produk .....   | 68        |
| <b>BAB 5. HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>                             | <b>70</b> |
| 5.1 Diskripsi Responden .....  | 70        |

|  |           |
|--|-----------|
| <b>5.2 Diskripsi Variabel .....</b>          | <b>71</b> |
| 5.2.1 Variabel <i>personal selling</i> ..... | 71        |
| <b>5.3 Analisis hasil penelitian .....</b>   | <b>81</b> |
| 5.3.1 Uji Validitas .....                    | 81        |
| 5.3.2 Uji Reliabilitas .....                 | 83        |
| <b>5.4 Analisis Data.....</b>                | <b>84</b> |
| 5.4.1 Uji asumsi klasik.....                 | 84        |
| 5.4.2 Uji Linier Berganda .....              | 87        |
| <b>5.5 Analisis Uji Hipotesis .....</b>      | <b>89</b> |
| <b>BAB 6. KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>     | <b>93</b> |
| <b>6.1 Kesimpulan .....</b>                  | <b>93</b> |
| <b>6.2 Saran .....</b>                       | <b>94</b> |

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

|  |    |
|--|----|
| 1.1 Perusahaan yang mendistribusikan obat generik .....  | 5  |
| 1.2 Volume Penjualan Obat Generik .....  | 6  |
| 1.3 Volume Penjualan Obat Generik Per bulan .....  | 7  |
| 2.1 Penelitian terdahulu .....   | 35 |
| 5.1 Distribusi responden berdasarkan jenis kelamin responden .....   | 70 |
| 5.2 Distribusi responden berdasarkan tingkat pendidikan .....  | 70 |
| 5.3 Distribusi responden berdasarkan jabatan .....   | 71 |
| 5.4 Tanggapan responden terhadap mencari calon pelanggan melalui pelanggan lama.....                           | 72 |
| 5.5 Tanggapan responden terhadap mencari calon pelanggan dengan menanyakan kepada teman .....                  | 73 |
| 5.6 Tanggapan responden terhadap mencari calon pelanggan dengan mendatangi langsung ke rumah atau kantor ..... | 73 |
| 5.7 Tanggapan responden terhadap menarik perhatian calon pembeli .....   | 74 |
| 5.8 Tanggapan responden terhadap memberi kesan yang baik kepada calon pembeli .....                            | 75 |
| 5.9 Tanggapan responden terhadap Gaya bahasa dalam mempresentasikan produk .....                               | 76 |
| 5.10 Tanggapan responden terhadap Kesesuaian informasi yang disampaikan terhadap manfaat dan mutu produk.....  | 77 |
| 5.11 Tanggapan responden terhadap Sikap wiranaga dalam mengadakan pelayanan .....                              | 77 |
| 5.12 Tanggapan responden terhadap Mengatasi penolakan yang diajukan oleh konsumen .....                        | 78 |
| 5.13 Tanggapan responden terhadap Memberikan jasa pengiriman barang untuk konsumen .....                       | 79 |

|   |    |
|---|----|
| 5.14 Tanggapan responden terhadap Memberikan bantuan teknis kepada konsumen .....   | 79 |
| 5.15 Tanggapan responden terhadap Menjaga hubungan yang baik dengan pelanggan ..... | 80 |
| 5.16 Tanggapan responden terhadap Komunikasi yang baik dengan pelanggan ..          | 81 |
| 5.17 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas.....  | 82 |
| 5.18 Hasil Uji Reliabilitas .....   | 83 |
| 5.19 Nilai VIF .....  | 85 |
| 5.20 Hasil analisis uji regresi linier berganda .....                               | 88 |
| 5.21 Hasil uji F.....   | 90 |
| 5.22 Hasil uji T.....   | 91 |

## DAFTAR GAMBAR

|   |    |
|---|----|
| 2.1 Bauran Pemasaran.....   | 12 |
| 2.2 Langkah-langkah utama dalam penjualan efektif .....           | 26 |
| 2.3 Langkah-langkah utama dalam manajemen armada penjualan .....  | 30 |
| 4.1 Logo PT.Indofarma Global Medika.....                          | 59 |
| 4.2 Struktur Organisasi PT.Indofarma Global Medika Surabaya ..... | 65 |
| 5.1 Hasil P-P Plot untuk variable .....                           | 84 |
| 5.2 hasil Scatter Plot.....                                       | 86 |



## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Surat Keterangan Selesai Penelitian dari Perusahaan

Lampiran 2 Daftar Kuesioner

Lampiran 3 Tabulasi Data Angket

Lampiran 4 Tabel product moment

Lampiran 5 Tabel F

Lampiran 6 Tabel T

Lampiran 7 Tabel Frekuensi

Lampiran 8 Tabel Korelasi

Lampiran 9 Tabel Regresi

Lampiran 9 Gambar Perusahaan