

**ANALISIS KOMPARASI PERSONAL SELLING, ADVERTISING  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELI PRODUK ROKOK DJARUM  
DAN ROKOK GUDANG GARAM DI SURABAYA**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik dan Memenuhi  
Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1  
Program Studi Administrasi Bisnis



Disusun oleh :

Novita Rusdiana

1121700026

**ADMINISTRASI BISNIS**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

**2021**

**ANALISI KOMPARASI PERSONAL SELLING, ADVERTISING  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELI PRODUK ROKOK DJARUM  
DAN ROKOK GUDANG GARAM DI SURABAYA**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik dan Memenuhi  
Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1  
Program Studi Administrasi Bisnis



Disusun oleh :

Novita Rusdiana

1121700026

**ADMINISTRASI BISNIS**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

**2021**

## TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Novita Rusdiana

NPM : 1121700026

Judul : ANALISIS KOMPRASI PERSONAL SELLING, ADVERTISING  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELI PRODUK ROKOK  
DJARUM DAN ROKOK GUDANG GARAM DI SURABAYA

Mengetahui :

Dekan Fakultas Ilmu Sosial  
dan Ilmu Politik  
Universitas 17 Agustus 1945  
surabaya

Surabaya, 9 juli 2021

Disetujui oleh  
Dosen Pembimbing

Dr. Dra. Rachmawati Novaria, MM

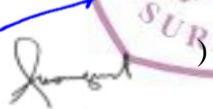
Dra. Sri Andayani, MM

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan Sidang Dewan Pengaji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal 9 Juli 2021

Dewan Pengaji :

1. Dra. Sri Andayani, MM  
Ketua
2. Drs. Agung Pujianto, M.M  
Anggota
3. Dr. IGN. Anom Maruta, M.M.  
Anggota

(   
(   
( 

Mengesahkan

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA  
Dekan,

  
Dr. Dra. Rachmawati Novaria, MM

## LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Novita Rusdiana 1121700026

NBI : 1121700026

Program Studi : Administrasi Bisnis

Fakultas : Ilmu Sosial dan Politik

Menyatakan :

- a. Bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan dan / atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
- b. Bahwa jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam Daftar Pustaka.
- c. Apabila di kemudian hari ternyata Skripsi saya terbukti sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan dalam Daftar Pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya.

Sidoarjo, 9 Juli 2021



Novita Rusdiana



UNIVERSITAS  
17 AGUSTUS 1945  
S U R A B A Y A

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Novita Rusdiana  
NIM : 1121700026  
Program Studi : Administrasi Bisnis  
Perguruan Tinggi : Universitas 17 Agustus 1945, Surabaya  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas 17 Agustus 1945, Surabaya. Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **ANALISIS KOMPRASI PERSONAL SELLING,  
ADVERTISING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELI PRODUK  
ROKOK DJARUM DAN ROKOK GUDANG GARAM DI SURABAYA**

Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini Universitas 17 Agustus 1945, Surabaya. berhak menyimpan, alih media/format, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Pada tanggal : 9 Juli 2021

Yang Menyatakan



Novita Rusdiana

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan dari variabel personal selling dan advertising terhadap keputusan pembelian produk rokok Djarum dan Gudang Garam di Surabaya. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pengambilan sampel yang ditujukan pada konsumen yang pernah melakukan keputusan pembelian rokok Djarum dan Gudang Garam, jumlah sampai sebanyak 100 responden yang dibagi menjadi dua, 50 dari responden Djarum dan 50 dari responden Gudang Garam, pengumpulan data menggunakan kuesioner online atau google form. Dan dilakukan uji instumen berupa Uji Validitas dan Uji Realibilitas, serta teknik analisis data dengan Uji Homogenitas dan Uji Independent Sample t-Test.

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini menunjukkan bahwa: 1. Terdapat perbedaan yang signifikan dari variabel *personal selling* pada rokok Djarum dan Gudang Garam dengan hasil sigifikan *personal selling* nilai probalitas (Sig-t)  $0.000 < 0.05$  yang artinya diterima. 2. Terdapat perbedaan yang signifikan dari variabel *advertising* pada rokok Djarum dan Gudang Garam dengan hasil sigifikan *advertising* nilai probalitas (Sig-t)  $0.002 < 0.05$  yang artinya diterima. 3. Terdapat perbedaan yang signifikan dari variabel keputusan pembelian pada rokok Djarum dan Gudang Garam dengan hasil sigifikan keputusan pembelian nilai probalitas (Sig-t)  $0.001 < 0.05$  yang artinya diterima.

## **ABSTRACT**

This study aims to determine whether there are differences between personal selling and advertising variables on the purchasing decisions of Djarum and Gudang Garam cigarette products in Surabaya. This study uses quantitative methods with sampling aimed at consumers who have made a decision to purchase Djarum and Gudang Garam cigarettes, the number of samples is 100 respondents who are divided into two, 50 from Djarum respondents and 50 from Gudang Garam respondents, data collection using online questionnaires or google forms. And testing tools were carried out in the form of Validity Test and Reliability Test, as well as data analysis techniques with Homogeneity Test and Independent Sample t-Test.

The results obtained from this study indicate that: 1. There is a significant difference in the personal selling variable on Djarum and Gudang Garam cigarettes with a significant personal selling result with a probability value (Sig-t) of  $0.000 < 0.05$  which is accepted. 2. There is a significant difference in the advertising variable on Djarum and Gudang Garam cigarettes with a significant advertising result with a probability value (Sig-t) of  $0.002 < 0.05$  which is accepted. 3. There is a significant difference between the Djarum and Gudang Garam cigarette purchase decision variables with a significant probability of purchasing decisions with a probability value (Sig-t) of  $0.001 < 0.05$  which is accepted.

## **KATA PENGANTAR**

Alhamdulillah. Puji syukur atas kehadiran Allah SWT senantiasa kitaucapkan. Tidak lupa shalawat serta salam tercurahkan bagi Baginda Agung Rasulullah SAW yang telah membimbing kita ke jalan yang lurus.

Penulis mengucapkan syukur kepada Allah SWT atas limpahan nikmat sehat-Nya, sehingga skripsi dengan judul " ANALISIS KOMPARASI PERSONAL SELLING, ADVERTISING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELI PRODUK ROKOK DJARUM DAN ROKOK GUDANG GARAM DI SURABAYA " dapat diselesaikan. Adapun maksud dan tujuan dari penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi tugas akhir yaitu skripsi ditulis sebagai syarat untuk menyelesaian Program Sarjana (S1) pada program studi Administrasi Bisnis, berupa penelitian dengan fokus pemasaran.

Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada semua pihak yang mendukung dan bantuan penulis untuk menyelesaikan skripsi tepat waktu. Untuk itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CP., selaku Rektor Universitas Untag Surabaya.
2. Dr. Rachmawati Novaria, MM selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik.
3. Drs. Agung Pujianto, MM., selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis dan Dosen Wali.
4. Dra. Sri Andayani, MM., selaku dosen pembimbing 1, terima kasih telah meluangkan waktu untuk memberikan masukan dan bimbingan untuk menyelesaikan skripsi.

5. Dr. Ayun Maduwinarti, M.P., selaku dosen pembimbing , terima kasih telah meluangkan waktu untuk memberikan masukan dan bimbingan untuk menyelesaikan skripsi.
6. Seluruh dosen dan staf program studi administrasi bisnis maupun fakultas ilmu sosial dan politik Universitas 17 Agustus Surabaya.
7. Seluruh responen yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner
8. alm. Sigit Fajalani sebagai orang tua yang mendukung penulis untuk melanjutkan pendidikan S1
9. Fransiska Harining Fasilitasari sebagai orang tua yang selalu mendoakan dan memberikan semangat.
10. Fernanda dan Federika sebagai kakak yang selalu memberikan doa.
11. Adik-adik yang selalu memberikan semangat
12. Teman-teman yang mau berbagi informasi selama proses penyusunan skripsi dan teman tema perkuliahan
13. Mr Wong sebagai bos yang telah memberikan dukungan untuk selalu belajar dan membiayai pendidikan S1
14. Untuk orang yang menyakiti, sehingga memberikan motivasi untuk lebih baik lagi.

Sidoarjo, 9 Juli 2021

Penulis



Novita Rusdiana

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL.....</b>	<b>ii</b>
<b>TANDA PERSETUJUN SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>TANDA PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAC.....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat peneliti.....	4
1.5 Sistematika penelitian.....	5

## **BAB II KAJIAN PUSTAKA**

2.1 Penelitian terdahulu.....	7
2.2 Landasan teori.....	27
2.2.1 Pemasaran.....	23
2.2.2 Marketing mix (bauran pemasaran).....	24
2.2.3 Promotion (promosi).....	29
2.2.4 Personal selling.....	32
2.2.5 Advertising.....	36
2.2.6 Perilaku konsumen.....	39
2.2.7 Keputusan pembelian.....	42
2.2.8 Pengaruh personal selling dan advertising terhadap keputusan pembeli.....	45
2.3 Karangka pemikiran.....	45
2.4 Hipotesis.....	46
2.5 Definisi Konsep.....	47
2.5.1 Personal selling.....	47
2.5.2 Advertising.....	48
2.5.3 Keputusan pembeli.....	49

## **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1 Rancangan penelitian .....	50
3.2 Populasi dan sampel.....	50
3.2.1 Populasi.....	50
3.2.2 Sampel.....	50
3.3 Pengukuran dan instrumen penelitian .....	51
3.3.1 Pengukuran peneliti .....	51
3.3.2 Instrument peneliti .....	52
3.4 Pengumpulan data.....	56
3.4.1 Jenis dan sumber data .....	56
3.5 Uji intrument .....	57
3.5.1 Uji validitas .....	57
3.5.2 Reliabilitas.....	58
3.6 Teknis analisis data .....	58
3.6.1 Uji kesamaan varian.....	58
3.6.2 Uji beda (t-Test).....	59

## **BAB IV PENYAJIAAN ANALISIS, DAN PEMBAHASAN**

4.1 Penyajian data.....	60
4.1.1 Gambaran umum profil produk.....	60
4.1.2 Karakteristik responen .....	62
4.1.3 Uji instrument.....	66
4.1.4 Tabulasi responen.....	68
4.1.5 Skala pengukuran.....	82
4.2 Analisi data.....	90
4.2.1 Uji group statistik.....	90
4.2.2 Uji independent sampel t test.....	91
4.2.2 Uji kesamaan varian.....	92
4.2.4 Uji beda rata-rata.....	93
4.3 Pembahasan.....	95

## **BAB V PENUTUP**

5.1 Kesimpulan.....	98
5.2 Saran.....	99

<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>100</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>102</b>

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
Tabel 3.1 Skala <i>Likert</i> .....	52
Tabel 3.2 Kisi – kisi Kuesioner Penelitian.....	52
Tabel 3.3 Tingkat Realibilitas Berdasarkan Nilai Alpha.....	58
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis kelamin.....	63
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	64
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	65
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	65
Tabel 4.5 Uji Validitas Variabel Penelitian.....	66
Tabel 4.6 Uji Reliabilitas Variabel Penelitian.....	68
Tabel 4.7 Tabulasi Data <i>Personal Selling</i> .....	68
Tabel 4.8 Tabulasi Data Variabel <i>Advertising</i> .....	71
Tabel 4.9 Tabulasi Data Variabel Keputusan Pembelian.....	73
Tabel 4.10 Tabulasi Data <i>Personal Selling</i> .....	75
Tabel 4.11 Tabulasi Data Variabel <i>Advertising</i> .....	77
Tabel 4.12 Tabulasi Data Variabel Keputusan Pembelian.....	80
Tabel 4.13 Interval Rata-rata Skor.....	82
Tabel 4.14 Hasil Tabulasi Djarum Variabel <i>Personal Selling</i> .....	83
Tabel 4.15 Hasil Tabulasi Gudang Garam Variabel <i>Personal Selling</i> .....	84
Tabel 4.16 Hasil Tabulasi Djarum Variabel <i>Advertising</i> .....	85
Tabel 4.17 Hasil Tabulasi Gudang Garam Variabel <i>Advertising</i> .....	86
Tabel 4.18 Hasil Tabulasi Djarum Keputusan Pembelian.....	87
Tabel 4.19 Hasil Tabulasi Gudang Garam Keputusan Pembelian.....	88
Tabel 4.2.1 Uji Group Statistics.....	90
Tabel 4.2.2 Uji Independent Samples Test.....	91

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.3 Kerangka Pemiki.....46