

ANALISIS PENGARUH *ADVERTISING* DAN *PERSONAL SELLING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Kasus Pada Konsumen Kosmetik Wardah Di Transmart Rungkut Surabaya)

SKRIPSI

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



OLEH :

NIKE NUR AINI
NPM : 1121408084

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

2018

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : **Nike Nur Aini**

NPM : **1121408084**

Judul : **PENGARUH *ADVERTISING* DAN *PERSONAL SELLING*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA
KONSUMEN KOSMETIK WARDAH DI TRANSMART
RUNGKUT SURABAYA)**

Mengetahui :

**Dekan Fakultas Ilmu Sosial
Dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945
Surabaya**

Surabaya, 08 Februari 2018

**Disetujui Oleh
Dosen Pembimbing**


Dr. Endro Tjahjono, MM


Dra. Awini Mulyati, MM

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal:

Dewan Penguji :


1. Dra. Awin Mulyati, MM
Ketua
2. Dra. Ni Made Ida Pratiwi, MM
Anggota
3. Dra. Rachmawati Ncvaria, MM
Anggota

()
()
()

Mengesahkan

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

Dekan,

()
(Dr. Endro Tjahjono, MM)

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nike Nur Aini

NPM : 1121408084

Progam Studi : Administrasi Bisnis

Judul Skripsi : Pengaruh *Advertising* Dan *Personal Selling* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Kosmetik Wardah Di Transmart Rungkut Surabaya)

Menyatakan :

1. Bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar 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.
2. Bahwa jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam Daftar Pustaka.
3. Apabila dikemudian hari ternyata Skripsi saya terbukti sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain 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 telah saya peroleh.

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

Surabaya, 08 Februari 2018

Yang membuat Pernyataan



(NIKE NUR AINI)

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya :

Nama : Nike Nur Aini

Nomor Mahasiswa : 1121408084

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya memberikan kepada Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya karya ilmiah saya yang berjudul : “Pengaruh *Advertising* dan *Personal Selling* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Kosmetik Wardah Di Transmart Rungkut Surabaya)” beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan demikian saya memberikan kepada Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya hak untuk menyimpan, mengalihkan dalam bentuk media lain, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data, mendistribusikan secara terbatas, dan mempublikasikannya di Internet atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya maupun memberikan royalti kepada saya selama tetap mencantumkan nama sebagai penulis.

Demikian pernyataan ini yang saya buat sebenarnya.

Dibuat di Surabaya

Pada Tanggal : 29 Maret 2018

Yang menyatakan,



(Nike Nur Aini)

**PENGARUH *ADVERTISING* DAN *PERSONALSELLING*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**
(Studi Kasus Pada Konsumen Kosmetik Wardah Di Transmart Rungkut
Surabaya)

SKRIPSI

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



OLEH :

NIKE NUR AINI
NPM : 1121408084

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
SURABAYA
2018**

**ANALISIS PENGARUH *ADVERTISING* DAN
PERSONALSELLING TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN**

**(Studi Kasus Pada Konsumen Kosmetik Wardah Di Transmart
Rungkut)**

SKRIPSI

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



OLEH :

NIKE NUR AINI

NPM : 1121408084

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

2018

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : **Nike Nur Aini**

NPM : 1121408084

Judul : *PENGARUH ADVERTISING DAN PERSONALSELLING*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA
KONSUMEN KOSMETIK WARDAH DI TRANSMART
RUNGKUT)

Mengetahui :

Surabaya, 08 Februari 2018

Dekan Fakultas Ilmu Sosial
Dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945
Surabaya

Disetujui Oleh
Dosen Pembimbing

Dr. Endro Tjahjono, MM

Dra. Awin Mulyati, MM

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal:

Dewan Penguji :

1. Dra. Awin Mulyati, MM ()
Ketua
2. Dra. Ni Made Ida Pratiwi, MM ()
Anggota
3. Dr. Rachmawati Novaria, MM ()
Anggota

Mengesahkan

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

Dekan,

(Dr. Endro Tjahjono, MM)

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nike Nur Aini

NPM : 1121408084

Progam Studi : Administrasi Bisnis

Judul Skripsi : Pengaruh *Advertising* Dan *Personal Selling* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Kosmetik Wardah Di Transmart Rungkut)

Menyatakan :

1. Bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar 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.
2. Bahwa jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam Daftar Pustaka.
3. Apabila dikemudian hari ternyata Skripsi saya terbukti sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain 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 telah saya peroleh.

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

Surabaya, 08 Februari 2018
Yang membuat Pernyataan

(NIKE NUR AINI)

ABSTRAK

Dalam penelitian ini penulis melakukan penelitian tentang pengaruh *Advertising* dan *Personal Selling* terhadap Keputusan Pembelian. Metode yang digunakan adalah regresi linier berganda. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan produk kosmetik Wardah. Jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 100 responden yang diambil dari konsumen kosmetik Wardah di Transmart Rungkut secara *accidental sampling*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Advertising* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian secara parsial diterima. *Personal Selling* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. *Advertising* dan *Personal Selling* secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah. Faktor yang paling mendominasi keputusan pembelian adalah *Advertising*.

Kata kunci : *Advertising*, *personal selling*, dan keputusan pembelian.

ABSTRACT

In this study the authors conducted research on the influence of Advertising and Personal Selling on Purchase Decision. The method used is multiple linear regression. The population in this study are consumers who use Wardah cosmetic products. The number of samples used in this study as many as 100 respondents taken from consumer cosmetics Wardah in Transmart Rungkut accidental sampling.

The results showed that Advertising has a positive and significant effect on purchasing decisions partially accepted. Personal Selling has a positive and significant impact on purchasing decisions. Advertising and Personal Selling together positively and positively influence Wardah's cosmetic purchase decision. The most dominating factor in purchasing decisions is Advertising.

Keywords: Advertising, personal selling, and purchasing decisions.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “PENGARUH ADVERTISING DAN PERSONAL SELLING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Pada Konsumen Kosmetik Wardah Di Transmart Rungkut)“. Sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai Gelar sarjana Administrasi Bisnis Program Studi S-1 Jurusan Admnistrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Penulisan skripsi ini dapat terselesaikan atas bantuan dari berbagai pihak sehingga pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih dan penghargaan sedalam-dalamnya kepada:

1. Bapak Dr. Mulyanto Nugroho, MM, CMA, CPAI. Selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
2. Bapak Drs.Endro Tjahjono, MM selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Bapak Drs. Agung Pujiyanto, MM selaku Kaprodi Administrasi Bisnis.
4. Ibu Dra. Awin Mulyati, MM selaku Dosen Pembimbing I yang dengan sabar membimbing dan meluangkan waktu, tenaga dan pikiran demi terselesaikannya skripsi ini.
5. Bapak Dr. IGN Anom Maruta, MM selaku Dosen Pembimbing II yang dengan sabar membimbing dan meluangkan waktu, tenaga dan pikiran demi terselesaikannya skripsi ini.
6. Segenap Dosen Jurusan Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah mendidik dan memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama perkuliahan.
7. Orang tua saya yang telah mendoakan, mendukung dan menyemangati baik secara moril dan materil selama perkuliahan hingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Adik saya Desi dan Riko yang telah menyemangati dan mendukung saya selama perkuliahan hingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

9. Teman saya Arif Bagus Priantoro yang dengan senang hati meminjamkan laptop dan printernya, membantu selama penelitian, serta memberikan dukungan, serta masukan untuk penulisan skripsi ini.
10. Teman saya Yuni, Elly, Fatin, dan Lia yang selalu memberikan semangat dan motivasi.
11. Pada pimpinan perusahaan dan tenaga penjual kosmetik Wardah terimakasih atas kerjasamanya dan dukungannya selama ini.
12. Para responden yang bersedia membantu dan meluangkan waktunya.
13. Petugas perpustakaan dan staff Tata Usaha Jurusan Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas 17 Agustus 1945 yang telah membantu penulis dalam peminjaman buku literturnya.

Akhir kata semoga bantuan dan budi baik yang mereka berikan kepada penulis memperoleh kemurahan dan balasan dari Tuhan Yang Maha Esa. Dan Semoga penulisan skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Surabaya, 08 Februari 2018

(Nike Nur Aini)

DAFTAR ISI

Halaman Sampul	i
Tanda Persetujuan Skripsi	ii
Tanda pengesahan Skripsi	iii
Surat Pernyataan Keaslian	iv
Persembahan	v
Abstrak	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar	xiii

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	3
1.5 Sistematika Penulisan	4

BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu	5
2.2 Landasan Teori	7
2.2.1 Pengertian Pemasaran	7
2.2.2 Bauran Pemasaran	9
2.2.3 Promosi	11
2.2.4 Konsep Pemasaran	12
2.2.5 Bauran Promosi	12
2.2.6 <i>Advertising</i> (Periklanan)	13

2.2.7	<i>Personal Selling</i>	25
2.2.8	Perilaku Konsumen.....	35
2.2.9	Keputusan Pembelian.....	45
2.3	Kerangka Berfikir.....	49
2.4	Hipotesis.....	50
2.5	Uji Validitas Dan Uji Reabilitas.....	50

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Rancangan Penelitian.....	54
3.1.1	Tipe Penelitian.....	54
3.1.2	Lokasi Penelitian & Waktu Penelitian.....	54
3.2	Populas dan Sampel.....	54
3.2.1	Populasi.....	54
3.2.2	Sampel.....	56
3.3	Pengukuran dan Instrumen Penelitian.....	56
3.3.1	Definisi Konsep.....	54
3.3.2	Definisi Operasional.....	56
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	58
3.5	Teknik Analisis Data.....	59
3.5.1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	59
3.5.2	Uji F (uji secara simultan).....	60
3.5.3	UJI T (uji parsial).....	60
3.5.4	UJI R ² (koefisien determinasi).....	61

BAB IV PENYAJIAN, ANALISA DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	62
4.1.1	Profil Perusahaan.....	62
4.1.2	Visi dan Misi Perusahaan.....	62
4.1.3	Struktur Organisasi.....	63

4.1.4	Jenis Produk.....	64
4.1.5	Media Promosi Yang digunakan.....	65
4.1.6	Strategi Pemasaran Produk.....	66
4.2	Identitas Responden.....	67
4.2.1	Karakteristik Responden Menurut Usia.....	67
4.2.2	Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan.....	68
2.2.3	Karakteristik Responden Menurut Pendapatan.....	69
4.3	Deskripsi Hasil Penelitian.....	70
4.3.1	Deskripsi Variabel <i>Advertising</i>	70
4.3.2	Deskripsi Variabel <i>Personal Selling</i>	72
4.3.3	Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian.....	75
4.4	Hasil Uji Regresi.....	77
4.4.1	Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	77
4.4.2	Hasil Uji Parsial (Uji t).....	78
4.4.3	Hasil Uji Simultan (Uji F).....	79
4.4.4	Uji Determinasi (R^2).....	80
4.5	Pembahasan.....	80

BAB V PENUTUP

5.1	Kesimpulan.....	83
5.2	Saran.....	83

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

2.5 Tabel Hasil Uji Validitas	51
2.6 Tabel Hasil Uji Reliabilitas.....	52
2.7 Tabel Rekapitulasi Jawaban Responden.....	53
4.2 Tabel Data Responden Menurut Usia.....	67
4.3 Tabel Data Responden Menurut Jenis Pekerjaan.....	68
4.4 Tabel Data Responden Menurut Jumlah Pendapatan.....	69
4.5 Tabel Tanggapan Responden Pada <i>Advertising</i>	70
4.6 Tabel Tanggapan Responden Pada <i>Personal Selling</i>	72
4.7 Tabel Tanggapan Responden Pada Keputusan Pembelian.....	75
4.8 Tabel Hasil Uji Linier Berganda.....	77
4.9 Tabel Hasil Uji T.....	78
4.10 Tabel Hasil Uji F.....	79
4.11 Tabel Analisis Determinasi (R^2).....	80

DAFTAR GAMBAR

2.1 Tahap Perilaku Konsumen.....	36
2.2 Tahap Proses Persepsi Konsumen.....	42
2.3Proses Keputusan Pembelian.....	46
2.4 Kerangka Berfikir.....	49
4.1 Struktur Organisasi PT. Paragon Technology And Innovation (PTI).....	63

BAB 1 PENDAHULUAN