

SKRIPSI

PENGARUH PERIKLANAN, PROMOSI PENJUALAN, PENJUALAN PERORANGAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR MEREK HONDA PCX DI KOTA SURABAYA

*Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Universitas Narotama Surabaya*



Oleh :

**ZULKARNAIN AJI PUTRA
NIM : 01218166**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS HUKUM, EKONOMI, DAN KEPENDIDIKAN
UNIVERSITAS NAROTAMA
SURABAYA**

2022

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Zulkarnain Aji Putra
NIM : 01218166
Fakultas : Ekonomi, Pendidikan dan Bisnis
Jurusan : Manajemen (Pemasaran)

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang saya susun dengan judul:

**PENGARUH PERIKLANAN, PROMOSI PENJUALAN, PENJUALAN
PERORANGAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
HONDA PCX PADA PT. EKAJAYA KARUNIA ABADI**

Adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari skripsi orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat digunakan apabila diperlukan.

Surabaya, 20 September 2022



ZULKARNAIN AJI PUTRA
01218166

PERSETUJUAN SKRIPSI

**Pengaruh Periklanan, Promosi Penjualan, Penjualan Perorangan dan Citra
Merek terhadap Keputusan Pembelian HONDA PCX pada PT. EKAJAYA
KARUNIA ABADI**

DIAJUKAN OLEH:

**Nama : Zulkarnain Aji Putra
NIM : 01218166**

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH:

DOSEN PEMBIMBING,


I Gede Arimbawa, SE., MM

PRCTANGGAL 20 September 2022

KETUA PROGRAM STUDI MANAJEMEN,


I Putu Artava, SE., MM

TANGGAL 20 September 2022

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

TELAH DIUJI DAN DIPERTAHANKAN
PADA HARI SABTU, TANGGAL 20 AGUSTUS 2022

Judul Skripsi : Pengaruh Periklanan, Penjualan perorangan, promosi penjualan dan citra merek terhadap keputusan pembelian Honda PCX di Kota Surabaya

Disusun Oleh : Zulkarnain Aji Putra

NIM : 01218166

Fakultas : Hukum, ekonomi dan pendidikan

Program Studi : Manajemen

Perguruan Tinggi : Universitas Narotama Surabaya

Dihadapan Team Penguji :

1. I Gede Arimbawa, SE., MM

PRO PATRIA

2. Dr. Sengguruh Nilowardhono, SE., M.Si

HALAMAN PERSETUJUAN PERNYATAAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Narotama Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Zulkarnain Aji Putra
NIM : 01218166
Fakultas : Hukum, Ekonomi dan Pendidikan
Program Studi : Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Narotama hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalti Free Right*) Pengaruh Periklanan, Promosi Penjualan, Penjualan Perorangan dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalti Noneksklusif ini Universitas Narotama berhak menyimpan, mengalihmedia formatkan, 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 dengan sebenarnya.

Dibuat di : Surabaya
Pada Tanggal : 20 September 2022
Yang menyatakan



(Zulkarnain Aji Putra)

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah saya panjatkan kehadiran Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia yang telah Allah berikan, saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul Pengaruh Periklanan, Promosi Penjualan, Penjualan Perorangan dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian sepeda motor Honda PCX di Kota Surabaya.

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi dan melengkapi salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat Strata Satu (S-1) Fakultas Hukum, Ekonomi dan Ilmu Kependidikan Universitas Narotama. Dalam penyusunan skripsi ini, saya menyadari bahwa keberhasilan dan terlaksananya penelitian ini bukan merupakan keberhasilan individu. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih yang tulus kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, dorongan, maupun doa sehingga skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik. Ucapan terima kasih saya tujukan kepada :

1. Kepada Ibu saya Ny. Agus Triswandari yang selalu memberikan doa, restu, dukungan, dan kasih sayang yang sangat berarti bagi saya.
2. Bapak Dr. It. H. Sri Wiwoho Mudjanarko, ST, MT, IPM selaku Rektor Universitas Narotama Surabaya.
3. Bapak Dr. Rusdianto Sesung, SH, MH selaku Dekan Fakultas Hukum, Ekonomi dan Ilmu Kependidikan Universitas Narotama Surabaya.
4. Bapak I Putu Artaya.SE., MM. selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Narotama Surabaya.
5. Bapak I Gede Arimbawa,SE.,MM selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran untuk membimbing serta memberikan petunjuk dan nasehat yang sangat berarti bagi saya.
6. Bapak/Ibu dosen, staff, dan karyawan di lingkungan Universitas Narotama Surabaya yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi.
7. Seluruh Rekan CURHAT MAH, Riweuh Squad, dan sahabat-sahabat sekaligus teman seperjuangan. Terima kasih atas dukungan, pengertian, doa, serta telah memberi masa kuliah yang berkesan yang tidak akan pernah terlupakan.
8. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan kepada saya dalam menyusun skripsi.

Akhir kata, semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat dan karunia-Nya untuk membalas kebaikan dari semua pihak yang telah membantu saya selama ini. Semoga skripsi ini bermanfaat kepada semua pihak.

Surabaya, 20 September 2022

Hormat saya,

Zulkarnain Aji Putra

ABSTRAK

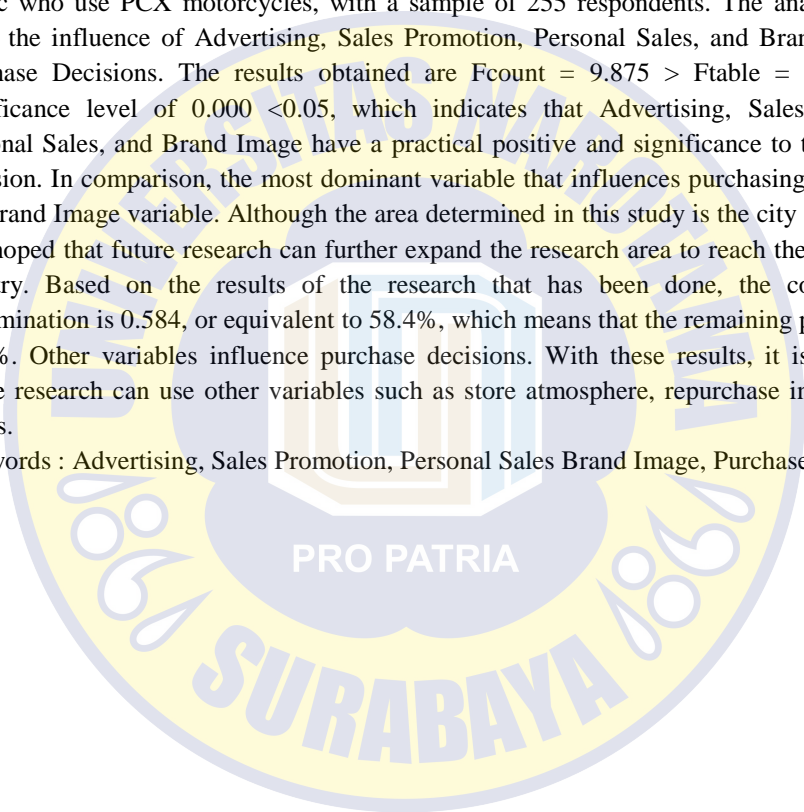
Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh Periklanan, Promosi Penjualan, Penjualan Perorangan dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian secara parsial maupun simultan pada PT. EKAJAYA KARUNIA ABADI Surabaya. Penelitian ini menggunakan metode Kuantitatif, dimana metode tersebut menggunakan pengukuran objektif dan analisis matematis. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan teknik Regresi Linier Berganda. Populasi pada penelitian ini adalah masyarakat umum yang menggunakan sepeda motor PCX dengan jumlah sampel sebanyak 255 responden. Hasil analisis menunjukkan pengaruh Periklanan, Promosi Penjualan, Penjualan Perorangan dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian diperoleh hasil $F_{hitung} = 9,875 > F_{tabel} = 2,40$ dengan tingkatan signifikansi $0,000 < 0,05$ yang menunjukkan bahwa Periklanan, Promosi Penjualan, Penjualan Perorangan dan Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Sedangkan variabel yang paling dominan yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah variabel Citra Merek. Wilayah yang ditetapkan pada penelitian ini adalah kota Surabaya, diharapkan pada penelitian yang akan datang dapat lebih memperluas area penelitian mencapai provinsi atau negara. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan didapatkan hasil koefisien determinasi sebesar 0,584 atau setara 58,4% yang artinya sisa presentase yaitu 41,6% Keputusan Pembelian dipengaruhi dari variabel lain. Dengan hasil ini sangat diharapkan untuk penelitian yang akan datang dapat menggunakan variabel lain seperti store atmosfer, repurchase intention dan yang lain-lainya.

Kata kunci : Periklanan, Promosi Penjualan, Penjualan Perorangan, Citra Merek, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The purpose of this study was to analyze the effect of Advertising, Sales Promotion, Personal Sales, and Brand Image on Purchase Decisions partially or simultaneously at PT. EKAJAYA KARUNIA ABADI Surabaya. This research uses the quantitative method, which uses objective measurement and mathematical analysis. The data analysis technique in this study used the Multiple Linear Regression technique. The population in this study is the general public who use PCX motorcycles, with a sample of 255 respondents. The analysis results show the influence of Advertising, Sales Promotion, Personal Sales, and Brand Image on Purchase Decisions. The results obtained are $F_{count} = 9.875 > F_{table} = 2.40$ with a significance level of $0.000 < 0.05$, which indicates that Advertising, Sales Promotion, Personal Sales, and Brand Image have a practical positive and significance to the Purchase Decision. In comparison, the most dominant variable that influences purchasing decisions is the Brand Image variable. Although the area determined in this study is the city of Surabaya, it is hoped that future research can further expand the research area to reach the province or country. Based on the results of the research that has been done, the coefficient of determination is 0.584, or equivalent to 58.4%, which means that the remaining percentage is 41.6%. Other variables influence purchase decisions. With these results, it is hoped that future research can use other variables such as store atmosphere, repurchase intention, and others.

Keywords : Advertising, Sales Promotion, Personal Sales Brand Image, Purchase Decision



DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN.....	ii
PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PERNYATAAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR	v
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB 1.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah Penelitian	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	5
1.5. Batasan Masalah Penelitian.....	5
BAB 2 KAJIAN PUSTAKA.....	7
2.1 Tinjauan Empiris	7
2.1.1 Penelitian Rujukan	7
2.1.2 Review Penelitian Rujukan	10
2.1.3 Ulasan Kritis Penelitian Rujukan / <i>Critical Reviews</i>	17
2.2. Tinjauan Teoritis	17
2.2.1. Manajemen Pemasaran.....	17
2.2.2. Perilaku Konsumen	18
2.2.3. Bauran Promosi	18
2.2.4. Periklanan.....	18
2.2.5. Promosi Penjualan.....	19

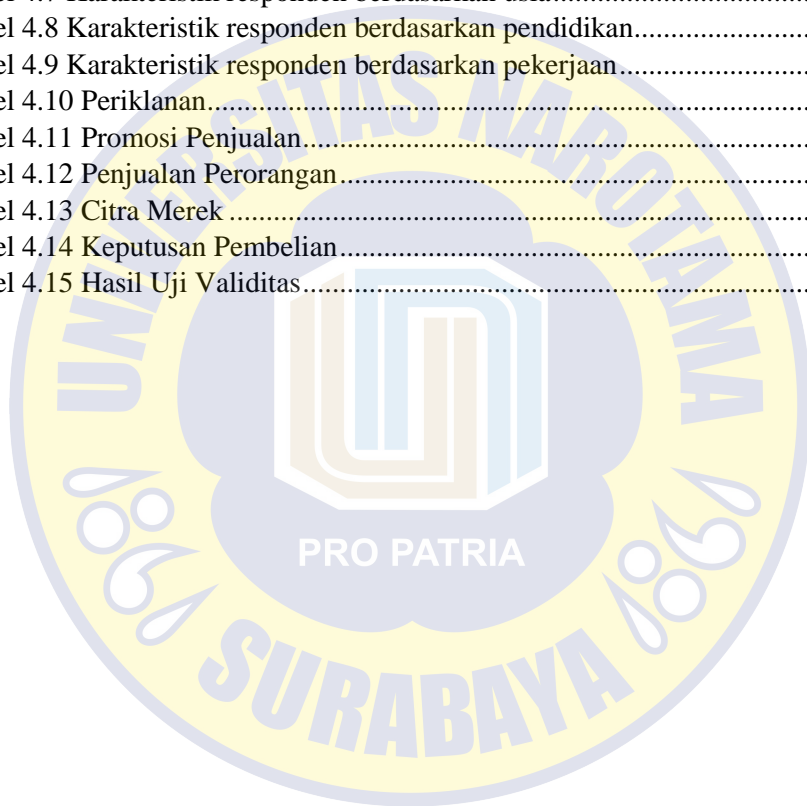
2.2.6.	Penjualan Perorangan	20
2.2.7.	Citra Merek	21
2.3.	Kerangka Berpikir	23
2.4	Hipotesis.....	24
BAB 3	METODOLOGI.....	25
3.1.	Pendekatan Penelitian	25
3.2.	Obyek Penelitian	25
3.2.1	Populasi	25
3.2.2	Sampel.....	25
3.3.	Jenis, Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.3.1.	Jenis Data	26
3.3.2.	Sumber Data.....	26
3.3.3.	Teknik Pengumpulan Data	26
3.4.	Definisi Operasional.....	27
3.4.1	Variabel Penelitian	27
3.4.2	Desain Instrumen Peneltian.....	29
3.5.	Teknik Analisis Data.....	31
3.5.1	Pengujian Instrumen Penelitian.....	31
3.5.2	Uji Asumsi Klasik.....	31
3.5.3	Analisis Regresi Linier Berganda.....	32
3.5.4.	Koefisien Determinasi (R ²).....	33
3.6	Pengujian Hipotesis.....	33
3.6.1	Uji t (Parsial)	33
3.6.2	Uji F (Simultan)	33
BAB 4	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	34
4.1	Deskripsi Obyek Penelitian.....	34
4.2	Deskripsi Data hasil Penelitian	34
4.2.1	Data Profil Responden	35
4.2.2	Profil Jawaban Responden	37
4.3.	Hasil Penelitian (Perhitungan dan Pengolahan Data).....	41
4.3.1.	Uji Validitas	41

4.3.2.	Uji Reliabilitas.....	44
4.3.3.	Uji Asumsi Klasik.....	44
4.3.4.	Analisis Regresi Linier Berganda.....	46
4.3.5.	Uji Hipotesis.....	47
4.4.	Analisis dan Pembahasan Hasil Penelitian.....	49
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN.....		51
5.1.	Kesimpulan	51
5.2	Saran.....	51
DAFTAR PUSTAKA		53



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Matrik Penelitian Rujukan	10
Tabel 2.2 Matrik Penelitian Rujukan	12
Tabel 2.3 Matrik Penelitian Rujukan	14
Tabel 2.4 Matrik Penelitian Rujukan	16
Tabel 3.5 Desain Instrumen Penelitian	29
Tabel 4.6 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	35
Tabel 4.7 Karakteristik responden berdasarkan usia	35
Tabel 4.8 Karakteristik responden berdasarkan pendidikan	36
Tabel 4.9 Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan	37
Tabel 4.10 Periklanan	38
Tabel 4.11 Promosi Penjualan	39
Tabel 4.12 Penjualan Perorangan	40
Tabel 4.13 Citra Merek	40
Tabel 4.14 Keputusan Pembelian	41
Tabel 4.15 Hasil Uji Validitas	44



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Penjualan Sepeda Motor di Indonesia Tahun 2021	1
Gambar 1 2 Data Penjualan Sepeda motor Honda PCX 2018-2021	2
Gambar 3.3 Kerangka Konsep Penelitian	24
Gambar 4.1 Dealer PT. Ekajaya Karunia Abadi Surabaya	34



DAFTAR LAMPIRAN

<u>Lampiran 1 BIODATA MAHASISWA</u>	55
<u>Lampiran 2 SERTIFIKAT CONFERENCE</u>	56
<u>Lampiran 3 BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI</u>	57
<u>Lampiran 4 PLAGIASI</u>	58
<u>Lampiran 5 KUESIONER</u>	59
<u>Lampiran 6 REKAPITLASI JAWABAN RESPONDEN</u>	62
<u>Lampiran 7 PROFIL RESPONDEN</u>	104
<u>Lampiran 8 PROFIL JAWABAN KUESIONER</u>	106
<u>Lampiran 9 HASIL PENGUJIAN INSTRUMEN PENELITIAN</u>	108
<u>Lampiran 10 HASIL UJI ASUMSI KLASIK</u>	110
<u>Lampiran 11 HASIL REGRESI LINEAR BERGANDA</u>	112

