



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PENJUALAN PERSONAL DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ROTI CERIA
JEMBER**

SKRIPSI

**Diajukan Guna Melengkapi Tugas Akhir dan Memenuhi Salah Satu Syarat
Untuk Menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) dan Memperoleh
* Gelar Sarjana Ekonomi**

Oleh

Muslihah Tata Viki Widita

NIM. 14.0411.1132

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**

Mei, 2018

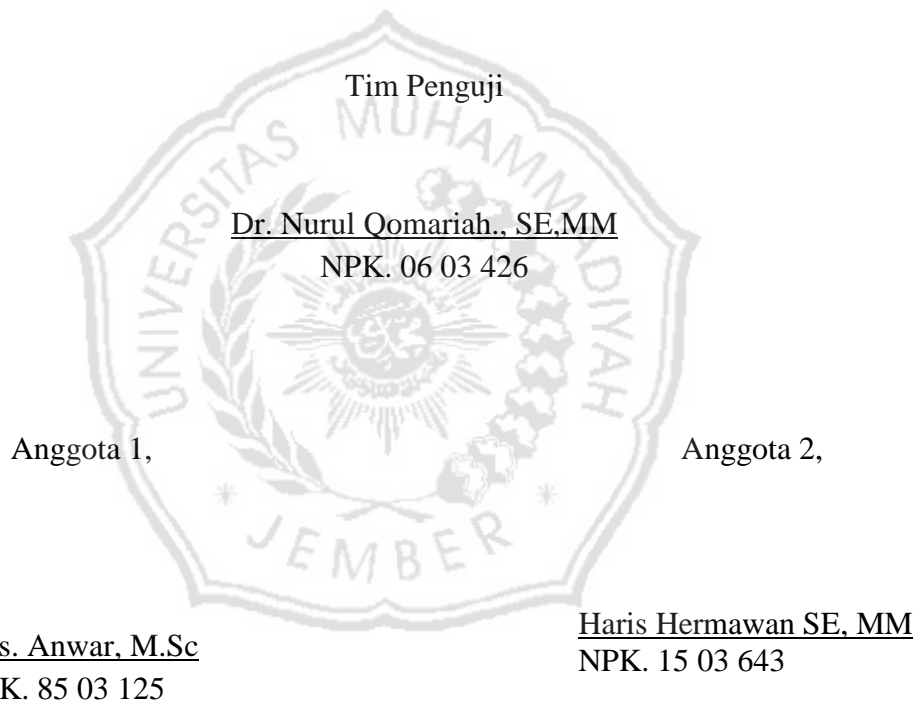
PENGESAHAN

Skripsi berjudul: PENGARUH KUALITAS PRODUK, PENJUALAN PERSONAL DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ROTI CERIA JEMBER, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada

Hari : Senin

Tanggal : 28 Mei 2018, 10:00-11:00

Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember



Mengesahkan,

Dekan,

Ketua Jurusan

Dr. Arik Susbiyani, Msi
NPK 01 09 289

Drs. Anwar, Msc
NPK 85 03 125

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ Pengaruh Kualitas Produk, Penjualan Personal dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Roti Ceria Jember.”

Penulis merasa bahwa dalam penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapat masukan dan bimbingan dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada yang terhormat:

1. Dr. Ir. M. Hazmi, DESS selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Jember;
2. Ibu Dr. Arik Susbiyani, Msi , selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember;
3. Bapak Drs. Anwar, Msc, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember;
4. Bapak Drs. Anwar., Msc, selaku dosen pembimbing I dan Bapak Haris Hermawan, SE, MM selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberi pengarahan perbaikan dan kesempurnaan skripsi ini serta memberikan saran dan petunjuk dalam penyelesaian skripsi ini;
5. Seluruh dosen dan staf Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember
6. Kedua orang tua dan seluruh keluarga yang telah memberikan doa dan semangat.
7. Teman-teman seperjuangan Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember 2014 tanpa terkecuali atas kebersamaannya.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih belum sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan berbagai kritik dan saran yang bersifat membangun bagi penelitian ini.

Akhir kata penulis mengharapkan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua yang membacanya dan sebagai wahana menambah pengetahuan serta pemikiran. Semoga Allah SWT tetap memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua.

Amin.

Jember, 05 Juni 2018

Penulis



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PEMBIMBINGAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	7
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	9
2.1.2 Pengertian Strategi Pemasaran	9
2.1.3 Definisi dan Konsep Pemasaran.....	10
2.1.4 Kualitas Produk	12
2.1.5 Penjualan Personal	16
2.1.6 Promosi.....	16
2.1.7 Keputusan Pembelian	18
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu	22
2.3 Kerangka Konseptual.....	25
2.4 Hipotesis	26
BAB 3. METODE PENELITIAN	28
3.1 Identifikasi Variabel	28
3.2 Definisi Operasional Variabel	29
3.3 Desain Penelitian	31
3.4 Metode Pengambilan Sampel	32
3.4.1 Populasi.....	32
3.4.2 Sampel	32
3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	33
3.5 Jenis Data dan Sumber Data	33
3.5.1 Data Primer	33
3.5.2 Data Sekunder.....	34
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	34

3.7	Skala Pengukuran.....	35
3.8	Metode Analisis Data.....	35
3.8.1	Uji Instrumen.....	35
3.8.1.1	Uji Validitas	35
3.8.1.2	Uji Reliabilitas.....	36
3.8.2	Uji Asumsi Klasik	37
3.8.2.1	Uji Normalitas	37
3.8.2.2	Uji Multikolinearitas	38
3.8.2.3	Uji Heteroskedastisitas	38
3.8.3	Analisis Regresi Linear Berganda	38
3.8.4	Uji Hipotesis	39
3.8.4.1	Uji t.....	39
3.8.4.2	Koefisien Determinasi (R^2)	40
BAB 4.	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	41
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	41
4.1.1	Sejarah Singkat Brdirinya Roti Ceria Jember	41
4.1.2	Visi dan Misi Roti Ceria Jember	44
4.1.3	Tujuan Perusahaan Roti Ceria Jember	44
4.1.4	Lokasi dan Struktur Organisasi Roti Ceria Jember	45
4.1.4.1	Lokasi Perusahaan	45
4.1.4.2	Struktur Organisasi.....	45
4.1.5	Aspek Tenaga Kerja	48
4.1.5.1	Jam Kerja Roti Ceria	49
4.2.	Analisis Deskriptif	50
4.2.1	Diskripsi Statistik Responden.....	50
4.2.2	Deskriptif Statistik Variabel Penelitian	51
4.3	Analisis Data.....	58
4.3.1	Uju instrument Data.....	58
4.3.1.1	Pengujian Validitas Data	58
4.3.1.2	Pengujian Reliabilitas Data	60
4.3.2	Analisis Regresi Linear Berganda	60
4.3.3	Uji Asumsi Klasik.....	62
4.3.3.1	Uji Normalitas	62
4.3.3.2	Uji Multikolinearitas	63
4.3.3.3	Uji Heteroskedastisitas	64
4.3.4	Uji Hipotesis	65
4.3.4.1	Uji t.....	65
4.3.4.2	Koefisien Determinasi (R^2)	67
4.4	Pembahasan	68
BAB 5.	KESIMPULAN DAN SARAN.....	70
5.1.	Kesimpulan	70
5.2.	Saran	70
DAFTAR PUSTAKA	72

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Daftar Pesaing Toko Roti Di Kabupaten Jember	4
Tabel 1.2	Daftar Penjualan Roti Ceria	5
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	24
Tabel 4.1	Data Jumlah Tenaga Kerja	49
Tabel 4.2	Jadwal Pergantian Karyawan Roti Ceria.....	50
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	51
Tabel 4.5	Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Kualitas Produk	52
Tabel 4.6	Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap <i>Personal Selling</i>	53
Tabel 4.7	Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap <i>Promotion</i>	55
Tabel 4.8	Frekuensi Pernyataan Responden Keputusan Pembelian.....	57
Tabel 4.9	Hasil Pengujian Validitas	59
Tabel 4.10	Hasil Pengujian Reliabilitas	60
Tabel 4.11	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	61
Tabel 4.12	Hasil Uji Multikolinearitas.....	64
Tabel 4.13	Hasil Uji T.....	66
Tabel 4.14	Hasil Uji Koefisien Determinasi	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tahap Proses Keputusan Pembelian	20
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual	25
Gambar 4.1 Alur Distribusi Roti Ceria Jember	43
Gambar 4.2 Struktur Organisasi	46
Gambar 4.3 Grafik P-P Plot Of Regression Standardized Residual	63
Gambar 4.4 Scatterplot.....	65



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Data Responden Dan Rekapitulasi Kuesioner
- Lampiran 3 Frekuensi Pernyataan Responden
- Lampiran 4 Hasil Output SPSS Versi 23.0
- Lampiran 5 Tabel r Product Moment dan Tabel Distribusi t
- Lampiran 6 Transkrip Hasil Wawancara
- Lampiran 7 Dokumentasi



DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharismi. 2006. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Priaktek*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Assauri, Sofjan. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Basu Swastha, dkk. 2003. *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta, Penerbit: Liberty Yogyakarta.
- Bairizki, Ahmad. 2017. *Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus Pada Ud Ratna Cake & Cookies)*. Jurnal Valid Vol.14 No.2 Juli 2017.
- David, Fred R. 2011. *Strategic Management* , Thirteenth Edition, Pearson Prentice Hall, New Jersey.
- Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Edisi-2. Badan Penerbit.
- Ghozali, Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*. Cetakan Keempat. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hadi, Sutrisno. 2001. *Metodologi Research Jilid III*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Handoko, T. Hani. 2002. *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta : BPFE.
- Herlambang, S. 2014. *Basic Marketing (Dasar – Dasar Pemasaran)*. Yogyakarta: Gosyen Publising.
- Istijanto. 2007. *Analisis pengaruh kualitas produk dan persepsi harga terhadap keputusan berpindah merek pada konsumen pembalut wanita kotex di Semarang*. Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip and Amstrong Gary. 2012. *Prinsip-prinsip pemasaran*. Alih Bahasa : Bob Sabran Edisi keduabelas. Jilid 2. PT Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Keller, 2007. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12, Jilid 1, PT. Indeks, Jakarta.
- Mulyana. 2016. *Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Indihome (Studi Kasus Witel Bandung)*. Jurnal Management Vol.3 No.2 Agustus 2016.
- Nitisastro, M. 2012. *Perilaku Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Novandri, Made.Sn. 2010. *”pengaruh kualitas produk, harga dan iklan*

terhadap keputusan pembelian: management analysis.” Journal of diponegoro university.

Indriantoro Nur dan Supomo Bambang, 2002, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Edisi I, BPFE, Yogyakarta.

Prayitno, Duwi. 2010. *Paham Analisa Data Statistik Dengan SPSS*. MediaKom, Yogyakarta.

Qomariah, Nurul. 2011. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Menabung Di Bank Syariah*. Jeam Vol X No.1/2011.

Rangkuti, F. 2010. *Spiritual leadership in Bussiner. Wake up*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Eko Priyanto, Refi. dkk. 2014. *Pengaruh Personal Selling dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wafer Tango*. Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan Vol.2 No.1 2014.

Schiffman and Kanuk.(2010). *Perilaku Konsumen (edisi 7)*.Jakarta : Prentice Hall

Stanton J, William. 2000. *Prinsip Pemasaran*. Jilid I. Jakarta: Erlangga.

Sugiyono.2008. *Metode Penelitian Bisnis*.Bandung : Alfabeta

Sugiyono.2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Alfabeta. Bandung.

Sunarto. 2012. *Prinsip – prinsip Pemasaran*, AMUS UST Press dan Mahenoko Total Design, Yogyakarta.

Sulistiani, Sinta. 2017. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Yang Berdampak Pada Loyalitas Pelanggan Pada Produk Hydro Coco PT Kalbe Farma*. Jurnal Pendidikan, Hukum dan Bisnis Vol.2 No.4 Juli 2017.

Tjiptono, Fandy. 2008. *Pemasaran Strategik*. Andi. Yogyakarta.