



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

**PENGARUH PENERAPAN PENJUALAN PERSONAL
TERHADAP NIAT BELI
PADA RITEL ACE HARDWARE DI JAKARTA**

SKRIPSI



Diajukan guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.kom.)

Deo Nando

14140110388

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2018**

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah karya ilmiah saya sendiri, bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain atau lembaga lain, dan semua karya ilmiah orang lain atau lembaga lain yang dirujuk dalam skripsi ini telah disebutkan sumber kutipannya serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika dikemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah Skripsi yang telah saya tempuh.

Tangerang, 10 Juli 2018

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Deo Nando', with a stylized, cursive script.

Deo Nando

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

**“Pengaruh Penerapan Penjualan Personal Terhadap Niat Beli
Pada Ritel Ace Hardware di Jakarta”**

Oleh

Deo Nando

telah diujikan pada hari Jumat, 3 Agustus 2018, pukul 13.00 s.d. 14.30 dan dinyatakan lulus dengan susunan penguji sebagai berikut

Ketua Sidang



Dr. Endah Murwani, M.Si.

Penguji Ahli



Intan Pramadini, S.Sos., M.Si.

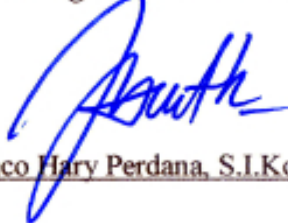
Dosen Pembimbing



Inco Hary Perdana, S.I.Kom., M.Si.

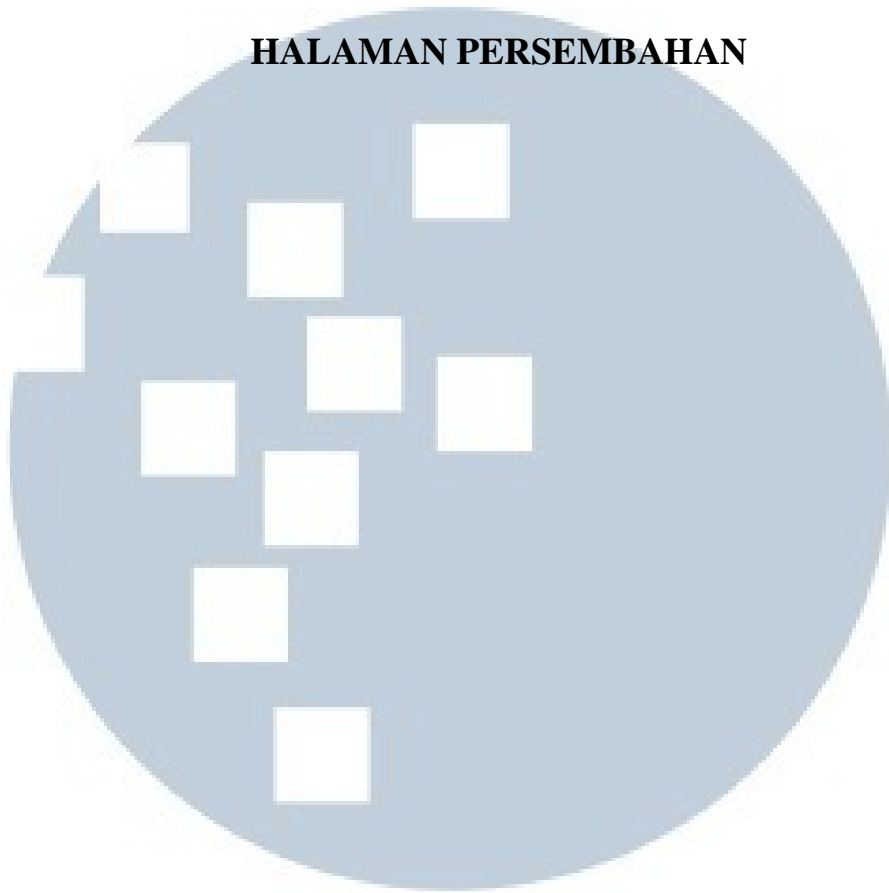
Disahkan oleh

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Inco Hary Perdana, S.I.Kom., M.Si.

HALAMAN PERSEMBAHAN



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Serahkanlah perbuatanmu kepada Tuhan,

maka terlaksanalah segala rencanamu

(Amsal 16:3)

KATA PENGANTAR

Puji syukur dan terimakasih pertama peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa untuk berkat, rahmat, dan penyertaan-Nya dalam setiap langkah pembuatan skripsi ini. Hingga skripsi ini dapat peneliti selesaikan sesuatu dengan waktu yang telah ditentukan. Kedua, peneliti juga mengucapkan banyak terimakasih kepada keluarga tercinta. Berkat dukungan moral, kesehatan, dan finansial selama peneliti melakukan penelitian.

Kemudian, peneliti juga mengucapkan terimakasih kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk pembekalan ilmu selama ini. Pembekalan ini yang mempersiapkan peneliti untuk dapat memulai, melanjutkan, dan menyelesaikan penelitian tepat waktu. Tidak lupa ucapan terimakasih sebanyak-banyaknya kepada:

1. Bapak Inco Hary Perdana, S.I.Kom., M.Si., yang membimbing peneliti dengan penuh kesabaran dan memberikan arahan yang memungkinkan peneliti menyusun skripsi yang baik, benar, dan terstruktur.
2. Kepada teman-teman seperjuangan industri ritel, yang tidak berhenti membimbing, mendorong, dan memotivasi peneliti untuk dapat menyelesaikan penelitian.
3. Kepada 138 responden yang berkenan untuk mengisi kuesioner penelitian yang menjadi kunci dari penelitian ini.

4. Kepada Angel , Richard, Leovandy, Engelrika, Selvi, Sharon yang telah menemani, mendoakan, membimbing, dan berjuang bersama peneliti dari awal perkuliahan hingga selesainya penelitian ini dibuat.

Peneliti juga ingin berterima kasih kepada berbagai pihak yang tidak mungkin disebutkan satu per satu. Melalui berbagai pihak tersebut peneliti dimampukan untuk dapat melakukan penelitian ini.

Peneliti berharap skripsi ini dapat membawa manfaat untuk menyusun bahkan mengembangkan penelitian selanjutnya.

Tangerang, 10 Juli 2018



Penulis

**PENGARUH PENERAPAN PENJUALAN PERSONAL
TERHADAP NIAT BELI
PADA RITEL ACE HARDWARE DI JAKARTA**

ABSTRAK

Oleh: Deo Nando

Penelitian yang dilakukan ini dilatarbelakangi oleh fenomena menurunnya industri ritel di Indonesia. Namun ditengah penerunan tersebut, Ace Hardware Indonesia sebagai salah satu industri ritel malah tetap memiliki peningkatan yang signifikan. Acuan yang menjadi dasar dalam penelitian ini adalah konsep penjualan personal menurut Kotler dan Keller dengan konsep niat beli yang dicetuskan oleh Blacwell, Engel, dan Miniard. Penelitian ini dimaksudkan untuk melihat pengaruh dari penerapan penjualan personal yang diterapkan oleh ritel Ace Hardware di Jakarta terhadap niat beli dari konsumen. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bersifat eksplanatif dengan menggunakan metode survey. Pengumpulan data dilakukan oleh peneliti dengan menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada 138 responden melalui teknik *purposive sampling*. Dari hasil analisis regresi linear sederhana, menunjukkan bahwa terdapat 61,4% pengaruh penerapan penjualan personal terhadap niat beli dari konsumen. Dimana aspek penjualan personal yang memiliki pengaruh terbesar menurut responden terdapat pada dimensi presentasi dan demonstrasi terutama pada sikap dan perilaku saat menawarkan.

Kata kunci: industri ritel, *personal selling*, *purchase intention*, ritel Ace Hardware di Jakarta

***THE INFLUENCE OF PERSONAL SELLING APPLICATION
TO THE PURCHASE INTENTION
ON ACE HARDWARE RETAILS IN JAKARTA***

ABSTRACT

By: Deo Nando

This research is done based by the decreasing phenomenon of the retail industries in Indonesia. However in the midst of this decreasing, Ace Hardware Indonesia one of the retail industries in Indonesia still manage to get a significant increase in revenue. The references used as the base of this research is the concept of personal selling according to Kotler and Keller with the concept of purchase intention according to Blackwell, Engel, and Miniard. Finding the influence of the personal selling that is applied by Ace Hardware retails in Jakarta to the purchase intention of the consumers is the intention of this research. This research is an explanative quantitative research with survey method. Questionnaire is used to collect data from 138 respondents which received by using the purposive sampling technique. The result of simple linear analysis showed that, there is 61,4% influence by the application of personal selling to consumers purchase intention. Which by the respondent, the most influential aspect of personal selling is by its presentation and demonstration dimension mainly by the attitude and behavior while offering the products.

Keywords: *retail industries, personal selling, purchase intention, Ace Hardware retails in Jakarta*

DAFTAR ISI

| | |
|----------------------------------|-----|
| HALAMAN JUDUL..... | i |
| HALAMAN PERNYATAAN..... | ii |
| HALAMAN PERSETUJUAN..... | iii |
| HALAMAN PERSEMBAHAN..... | iv |
| KATA PENGANTAR..... | v |
| ABSTRAK..... | vii |
| DAFTAR ISI..... | ix |
| DAFTAR TABEL..... | xii |
| DAFTAR DIAGRAM..... | xiv |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 6 |
| 1.3 Pertanyaan Penelitian..... | 7 |
| 1.4 Tujuan Penelitian..... | 8 |
| 1.5 Kegunaan Penelitian..... | 8 |
| 1.5.1 Kegunaan Akademis..... | 8 |
| 1.5.2 Kegunaan Praktis..... | 8 |
| 1.6 Keterbatasan Penelitian..... | 9 |
| | |
| BAB II KERANGKA TEORI..... | 10 |
| 2.1 Penelitian Terdahulu..... | 10 |
| 2.2 Teori Penelitian..... | 12 |
| 2.2.1 Pemasaran..... | 12 |
| 2.2.2 Komunikasi Pemasaran..... | 13 |

| | |
|--|-----------|
| 2.2.3 Penjualan Personal..... | 17 |
| 2.2.4 Purchase Intention..... | 22 |
| 2.3 Hipotesis Teoritis..... | 24 |
| 2.4 Alur Penelitian..... | 25 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN..... | 26 |
| 3.1 Jenis dan Sifat Penelitian..... | 26 |
| 3.2 Metode Penelitian..... | 27 |
| 3.3 Populasi dan Sampel..... | 29 |
| 3.3.1 Populasi..... | 29 |
| 3.3.2 Sampel..... | 30 |
| 3.4 Operasionalisasi Variabel..... | 31 |
| 3.5 Teknik Pengumpulan Data..... | 35 |
| 3.6 Teknik Pengukuran Data..... | 36 |
| 3.6.1 Uji Validitas..... | 37 |
| 3.6.1.1 Uji Validitas <i>Pre-Test</i> | 37 |
| 3.6.2 Uji Reliabilitas..... | 39 |
| 3.6.2.1 Uji Reliabilitas <i>Pre-Test</i> | 40 |
| 3.7 Teknik Analisis Data..... | 41 |
| 3.7.1 Uji Korelasi..... | 41 |
| 3.7.2 Uji Regresi..... | 43 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN..... | 45 |
| 4.1 Objek Penelitian..... | 45 |
| 4.1.1 Ace Hardware Indonesia..... | 45 |
| 4.2 Hasil Penelitian..... | 46 |
| 4.2.1 Profil Responden..... | 46 |

| | |
|---|-----------|
| 4.2.2 Hasil Data dan Jawaban Responden..... | 48 |
| 4.2.3 Analisis Korelasi..... | 58 |
| 4.2.4 Analisis Regresi..... | 59 |
| 4.2.5 Uji Normalitas..... | 62 |
| 4.3 Pembahasan..... | 63 |
| BAB V SIMPULAN DAN SARAN..... | 69 |
| 5.1 Simpulan..... | 69 |
| 5.2 Saran..... | 70 |
| 5.2.1 Saran Akademis..... | 70 |
| 5.2.2 Saran Praktis..... | 71 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 73 |
| LAMPIRAN..... | 76 |

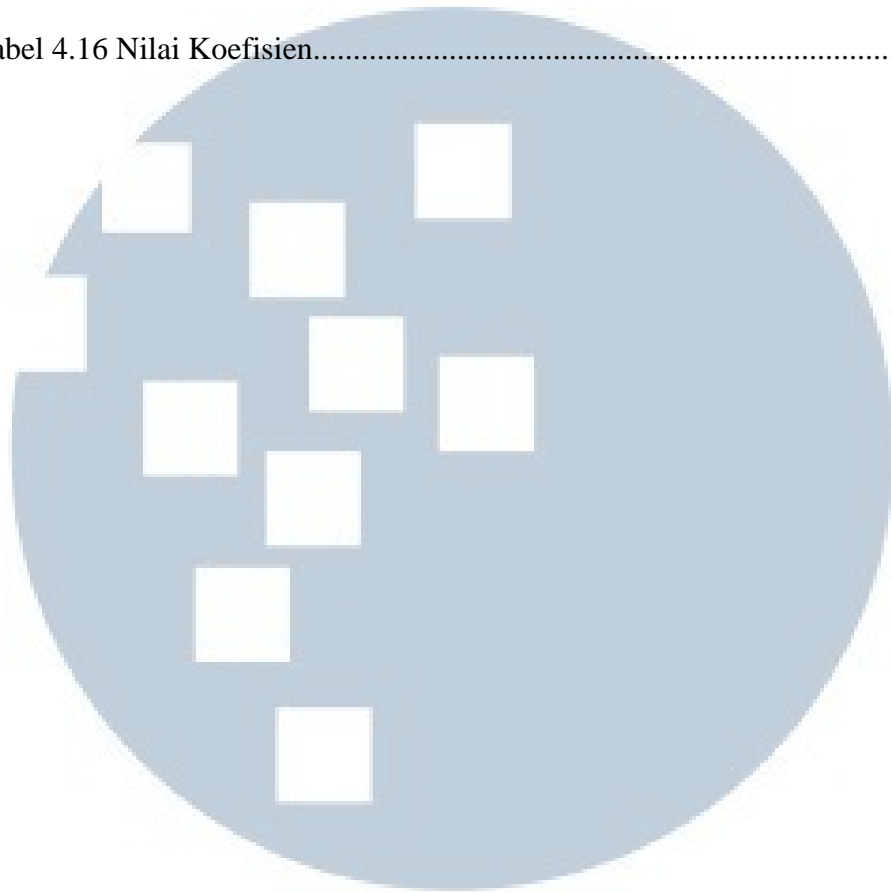
UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 1.1 Perusahaan Ritel Modern..... | 3 |
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu..... | 11 |
| Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel..... | 33 |
| Tabel 3.2 Skala Likert..... | 36 |
| Tabel 3.3 Uji Validitas Pre-Test (X)..... | 38 |
| Tabel 3.4 Uji Validitas Pre-Test Variabel Y..... | 39 |
| Tabel 3.5 Klasifikasi Koefisien Reliabilitas..... | 40 |
| Tabel 3.6 Uji Reliabilitas Pre-Test Variabel X..... | 40 |
| Tabel 3.7 Uji Reliabilitas Pre-Test Variabel Y..... | 41 |
| Tabel 3.8 Nilai Koefisien Korelasi..... | 42 |
| Tabel 4.1 Jenis Kelamin..... | 46 |
| Tabel 4.2 Usia Responden..... | 47 |
| Tabel 4.3 Frekuensi Berbelanja..... | 48 |
| Tabel 4.4 Dimensi <i>Prospecting & Qualifying</i> | 49 |
| Tabel 4.5 Dimensi <i>Preapproach</i> | 50 |
| Tabel 4.6 Dimensi <i>Presentation & Demonstration</i> | 51 |
| Tabel 4.7 Dimensi <i>Overcoming Objections</i> | 52 |
| Tabel 4.8 Dimensi <i>Closing</i> | 53 |
| Tabel 4.9 Dimensi <i>Follow-Up & Maintenance</i> | 54 |
| Tabel 4.10 Dimensi <i>Problem Recognition</i> | 55 |
| Tabel 4.11 Dimensi <i>Collecting Information</i> | 56 |
| Tabel 4.12 Dimensi <i>Evaluating</i> | 57 |
| Tabel 4.13 Hasil Uji Korelasi..... | 59 |
| Tabel 4.14 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana..... | 60 |
| Tabel 4.15 Hasil Uji ANOVA..... | 60 |

Tabel 4.16 Nilai Koefisien.....61



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR DIAGRAM

| | |
|---------------------------------------|----|
| Diagram 1.1 Top 10 GRDI 2017..... | 1 |
| Diagram 4.1 Histogram Normalitas..... | 62 |
| Diagram 4.2 Plot Normalitas..... | 63 |

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA