

**PENGARUH PERSONAL SELLING DAN SALURAN DISTRIBUSI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

**(Studi Pada CV. Tanjung Emas Semarang).**

**Skripsi**

Skripsi ini digunakan sebagai salah satu syarat kelulusan sarjana di Fakultas  
Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata



**Nama Mahasiswa :**

**Marteen Christian Widanto**

**17.D1.0043**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA  
SEMARANG**

**2022**

## HALAMAN PENGESAHAN



Judul Tugas Akhir: : Pengaruh Personal Selling dan Saluran Distribusi terhadap Keputusan Pembelian (Studi pad CV. Tanjung Emas Semarang)

Diajukan oleh : Marteen Christian Widanto

NIM : 17.D1.0043

Tanggal disetujui : 25 Maret 2022

Telah setuju oleh

Pembimbing : A. Haryo Perwito S.E., MA.TRM.

Penguji 1 : Drs. A. Sentot Suciarto M.P., Ph.D.

Penguji 2 : Mg. Westri Kekalih S. S.E., M.E.

Penguji 3 : A. Haryo Perwito S.E., MA.TRM.

Ketua Program Studi : Dr. Widuri Kurniasari S.E., M.Si.

Dekan : Drs. Theodorus Sudimin M.S.

Halaman ini merupakan halaman yang sah dan dapat diverifikasi melalui alamat di bawah ini.  
[sintak.unika.ac.id/skripsi/verifikasi/?id=17.D1.0043](http://sintak.unika.ac.id/skripsi/verifikasi/?id=17.D1.0043)

### HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Marteen Christian Widanto

NIM : 17.D1.0043

Progdi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Laporan Tugas Akhir yang berjudul "**PENGARUH PERSONAL SELLING DAN SALURAN DISTRIBUSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PADA CV. TANJUNG EMAS , SEMARANG)**" adalah hasil penelitian saya dengan supervisi dosen pembimbing, dan bukan hasil plagiat.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak mana pun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Semarang, 8 Maret 2022

Yang menyatakan,



Marteen Christian Widanto

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas tuntunannya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan proposal penelitian dengan judul “PENGARUH *PERSONAL SELLING* DAN SALURAN DISTRIBUSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada CV. Tanjung Emas Semarang) ”.

Dalam penyusunan proposal penelitian ini, penulis selalu mendapat bimbingan, dorongan, dan semangat dari banyak pihak. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya bagi semua pihak yang telah mendorong penulis untuk menyelesaikan proposal skripsi ini. Terutama kepada:

1. Bapak Drs. Theodorus Sudimin, MSi selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata.
2. Ibu Dr. Widuri Kurniasari, SE. MSi. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata.
3. Bapak Drs. A. Sentot Suciarto, MP., PhD. Dan Ibu MG. Westri Kekalih, SE., ME selaku dosen penguji skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata
4. Bapak A. Haryo Perwito, SE., MA-TRM selaku dosen pembimbing yang telah membimbing penulis dalam menyelesaikan proposal penelitian ini.
5. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata yang telah mendidik dan memberikan ilmu baru selama masa perkuliahan.
6. Para staf dan pelaksana administrasi Universitas Katolik Soegijapranata yang telah membantu penulis selama masa perkuliahan.
7. Kedua orang tua yang telah mendukung penulis dalam masa perkuliahan hingga proses penulisan proposal ini selesai.
8. Seluruh teman dan sahabat yang memberikan hiburan kepada penulis selama masa perkuliahan.

9. Terima Kasih kepada Rafael Anthonio Nanda Soelistiadi yang membantu penulis memahami mengenai lay out penyusunan proposal ini
10. Terima Kasih kepada Immanuel Therian dan Christofel Rio Goenawan yang membantu penulis melepas penat ditengah pergumulan penulis dalam menyelesaikan proposal ini.
11. Terima Kasih kepada Albertus Vio Agusta yang selalu menjawab pertanyaan pertanyaan saya mengenai skripsi.
12. Terima Kasih kepada Kezia Hirano Danito yang memotivasi saya untuk menulis proposal pertama kali.
13. Terima kasih juga diucapkan kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian proposal penelitian ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Dalam penulisan proposal ini, penulis menyadari bahwa proposal ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, seluruh kritik dan saran yang membangun akan penulis terima dengan senang hati. Akhir kata penulis sampaikan terima kasih dan penulis harap proposal ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang memerlukan.

Semarang, 10 Mei 2022

Peneliti



Marteen Christian Widanto

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI  
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Universitas Katolik Soegijapranata, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Marteen Christian Widanto

NIM : 17.D1.0043

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Katolik Soegijapranata Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas skripsi yang berjudul “Pengaruh Personal Selling dan Saluran Distribusi terhadap Keputusan Pembelian pada CV. Tanjung Emas Semarang.” ini Universitas Katolik Soegijapranata berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan skripsi di atas dengan mencantumkan saya sebagai penulis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Semarang

Pada Tanggal : 10 Mei 2022

Yang Menyatakan



(Marteen Christian W)

## ABSTRAK

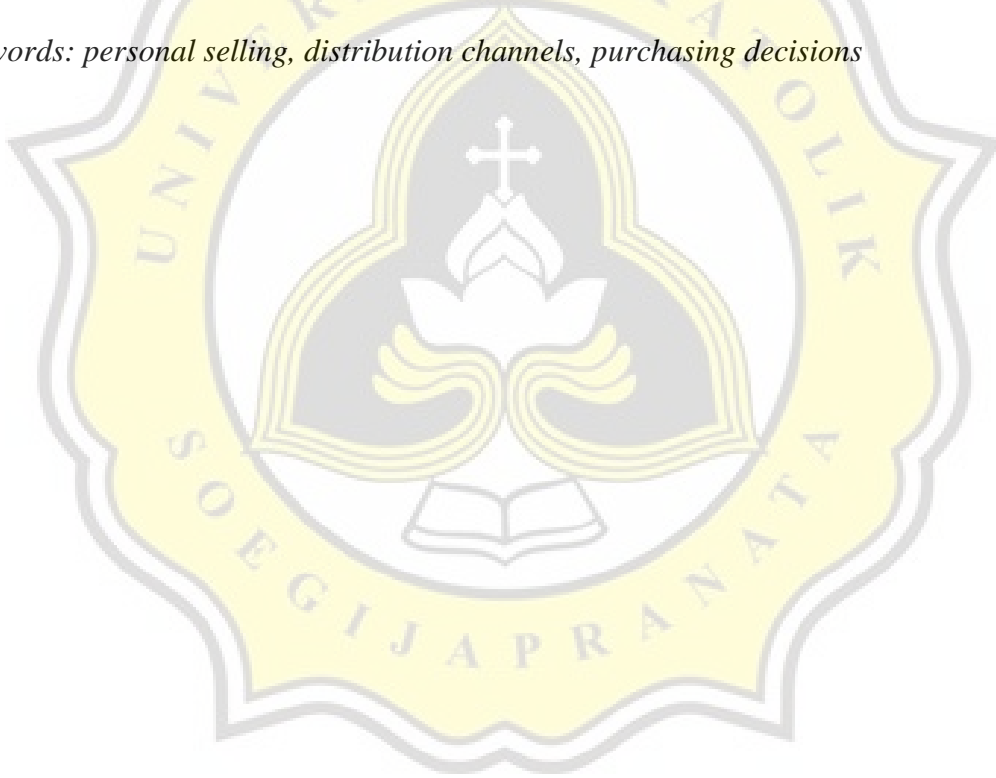
Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *personal selling* dan saluran. Distribusi terhadap keputusan pembelian pada CV. Tanjung Emas Semarang. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah Seluruh konsumen CV. Tanjung Emas Semarang tahun 2020 sebanyak 120 toko, kemudian diambil sampel sebanyak 40 responden. Teknik Sampling penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang disebar secara langsung kepada sampel yang telah ditentukan. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Dalam penelitian ini didapati hasil bahwa *personal selling* berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan saluran distribusi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada CV. Tanjung Emas Semarang. Kesimpulan dalam penelitian ini adalah secara *personal selling* dan saluran distribusi berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian pada CV. Tanjung Emas Semarang.

Kata Kunci: *personal selling, saluran distribusi, keputusan pembelian*

## ABSTRACT

*This study aims to determine the effect of personal selling and channels. Distribution of purchasing decisions on CV. Tanjung Emas Semarang. The research method used in this research is using quantitative methods. The population of this research is all consumers of CV. Tanjung Emas Semarang in 2020 as many as 120 stores, then a sample of 40 respondents was taken. Sampling technique This research uses non-probability sampling technique with purposive sampling technique. Data was collected using a questionnaire that was distributed directly to a predetermined sample. The analytical tool used in this research is multiple linear regression analysis. In this study, it was found that personal selling had an effect on purchasing decisions and distribution channels had an effect on purchasing decisions on CV. Tanjung Emas Semarang. The conclusion in this study is that personal selling and distribution channels have a partial and simultaneous effect on purchasing decisions on CV. Tanjung Emas Semarang.*

*Keywords: personal selling, distribution channels, purchasing decisions*





## DAFTAR ISI

PENGARUH PERSONAL SELLING DAN SALURAN DISTRIBUSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN .....	i
(Studi Pada CV. Tanjung Emas Semarang).....	i
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISNALITAS .....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT .....	viii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GRAFIK .....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	9
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	9
1.4. Sistematika Penulisan .....	10
BAB II .....	11
TINJAUAN PUSTAKA .....	11
2.1. Pengertian Personal Selling .....	11
2.2. Pengertian Saluran Distribusi .....	14
2.3. Pengertian Keputusan Pembelian .....	18
2.4. Penelitian Terdahulu .....	20
2.5. Kerangka Pikir .....	26
2.6. Hipotesis .....	27
2.7. Devinisi Operasional Variabel.....	27
BAB III.....	30
METODE PENELITIAN .....	30
3.1. Obyek dan Lokasi Penelitian.....	30

3.2. Populasi , Sampel, dan Teknik Sampling .....	30
3.3.1. Jenis dan Sumber Data .....	31
3.3.2. Teknik Pengumpulan Data .....	32
3.4. Validitas dan Reliabilitas Instrument .....	32
3.4.1. Uji Validitas.....	32
3.4.2. Uji Reliabilitas .....	34
3.5. Teknik Analisis Data .....	35
3.5.1. Statistik Deskriptif.....	35
3.5.2. Analisis Regresi Linier Berganda.....	36
3.5.3. Uji Hipotesis .....	37
3.5.4. Uji Ketetapan Model (Uji F) .....	38
3.5.5. Uji Koefisien Determinasi (Uji R <sup>2</sup> ).....	38
BAB IV .....	40
ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....	40
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	40
4.1.1. Umur Responden .....	41
4.1.2. Jenis Kelamin .....	42
4.1.3. Lama Pembelian .....	42
4.2. Deskripsi Tanggapan dari Personal Selling dan Saluran Distribusi terhadap Keputusan Pembelian pada CV. Tanjung Emas .....	43
4.2.1. Jawaban Responden terhadap Variabel Personal Selling .....	43
4.2.2. Jawaban Responden terhadap Variabel Saluran Distribusi .....	46
4.2.3. Jawaban Responden terhadap Variabel Keputusan Pembelian .....	47
4.3. Analisis Regresi Linier Berganda .....	51
4.3.1. Hasil Perhitungan Regresi Linier Berganda .....	51
4.3.2. Hasil Hitung Uji t .....	52
4.3.3. Hasil Hitung Uji F .....	54
4.3.4. Hasil Hitung Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	55
4.4. Pembahasan .....	55
4.5. Implikasi Manajerial.....	58
BAB V .....	58
PENUTUP .....	58
5.1. Kesimpulan .....	58
5.2. Saran .....	59
DAFTAR PUSTAKA.....	60
LAMPIRAN .....	64
KUISIONER.....	83

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Tabel Kapasitas, Produksi, dan Konsumsi Perkapita Sektor Keramik... 3	3
Tabel 1. 2. Penjualan CV Tanjung Emas All Product Tahun 2020..... 4	4
Tabel 1.3. Data Pra Survey Faktor- Faktor yang membuat konsumen tertarik melakukan pembelian pada CV. Tanjung Emas, Semarang..... 6	6
Tabel 1. 4. Data Pra Survey Faktor-Faktor yang menurunkan Keputusan Pembelian pada CV. Tanjung Emas, Semarang ..... 6	6
Tabel 2. 1. Tabel Penelitian Terdahulu..... 21	21
Tabel 2 .2. Devinisi Operasional Variabel ..... 27	27
Tabel 3. 1. Tabel Skala Likert ..... 32	32
Tabel 3. 2. Uji Validitas Personal Selling terhadap Keputusan Pembelian..... 33	33
Tabel 3. 3. Uji Validitas Saluran Distribusi terhadap Keputusan Pembelian ..... 33	33
Tabel 3. 4. Uji Validitas Keputusan Pembelian..... 34	34
Tabel 3. 5. Uji Reliabilitas ..... 35	35
Tabel 4. 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur ..... 41	41
Tabel 4. 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... 42	42
Tabel 4. 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Pembelian ..... 42	42
Tabel 4. 4. Jawaban Responden Terhadap Variabel Personal Selling (X1) ..... 43	43
Tabel 4. 5. Jawaban Responden Terhadap Variabel Saluran Distribusi (X2) ..... 46	46
Tabel 4. 6. Jawaban Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y) ... 47	47
Tabel 4. 7. Uji Regresi Linier Berganda..... 51	51
Tabel 4. 8. Hasil Uji F ..... 54	54
Tabel 4. 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi ..... 55	55

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1. 1. Grafik Penjualan CV. Tanjung Emas Semarang 2020.....5



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1. Kerangka Pikir .....26

