

**PENGARUH *PERSONAL SELLING* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ORIFLAME DARI PT ORINDO
ALAM AYU KOTA JAKARTA BARAT**

Skripsi diajukan untuk melengkapi
persyaratan mencapai gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

Salbiah

NPM : 41183402190132



Strata 1

Program Studi Manajemen

**UNIVERSITAS ISLAM 45
FAKULTAS EKONOMI
BEKASI
2024**

TANDA PERSETUJUAN
PENGARUH *PERSONAL SELLING* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ORIFLAME DARI PT ORINDO
ALAM AYU KOTA JAKARTA BARAT

Tanggal : 18 September 2024

Oleh :

Salbiah

NPM : 41183402190132

Disetujui,
Pembimbing



Isti Pujihastuti, S.E., M.E.

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Jurusan Manajemen



Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si.



Luthpiyah Juliandara, S.E., M.M.

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI
PENGARUH *PERSONAL SELLING* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ORIFLAME DARI PT ORINDO
ALAMAYU KOTA JAKARTA BARAT

Tanggal : 25 September 2024

Oleh :

Salbiah

NPM : 41183402190132

Diuji oleh:

Penguji I



Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si.

Penguji II



Yunike Berry, S.M.B., M.Sc.

Disetujui,

Pembimbing



Isti Pujihastuti, S.E., M.E.

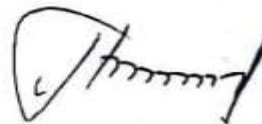
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si.

Ketua Jurusan Manajemen



Luthpiyah Juliandara, S.E.,M.M.

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Salbiah
NPM : 41183402190132
Judul Skripsi/Penelitian : PENGARUH *PERSONAL SELLING* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ORIFLAME DARI PT ORINDO ALAM AYU KOTA JAKARTA BARAT

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini merupakan hasil penelitian pemikiran dan pemaparan asli saya sendiri. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi manapun, kecuali secara tertulis dalam naskah ini dan sudah tertera pada daftar pustaka. Apabila di kemudian hari skripsi ini terbukti merupakan duplikasi atau plagiarisme ataupun terdapat penyimpangan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik dan / sanksi yang berlaku. Demikian lembar pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya sebagai pertanggungjawaban ilmiah tanpa adanya paksaan dari pihak manapun.

Bekasi, 25 September 2024



Salbiah

NPM : 41183402190132

ABSTRAK

Salbiah (41183402190132)

Pengaruh *Personal Selling* dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Oriflame dari PT Orindo Alam Ayu Kota Jakarta Barat

xvii + 115 halaman + 27 tabel + 3 gambar + 2 grafik + 1 diagram + 2024 + 15 lampiran

Kata Kunci : Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, *Personal Selling*

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *personal selling* terhadap keputusan pembelian produk oriflame dari PT Orindo Alam Ayu Kota Jakarta Barat. Jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif deskriptif. Untuk teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *non-probability* sampling jenis *purpose sampling*. Sampel berjumlah 100 responden dengan kriteria sudah pernah melakukan 1 kali pembelian terhadap produk Oriflame.

Hasil penelitian menunjukkan variabel *personal selling* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dibuktikan dengan nilai koefisien regresi *personal selling* β_1 positif yaitu 4,227 dengan tingkat signifikan 0,000 di bawah *level of significant* yaitu 0,05. Variabel kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dibuktikan dengan nilai koefisien regresi kualitas produk β_2 positif yaitu 3,209 dengan tingkat signifikan 0,002 di bawah *level of significant* yaitu 0,05. Nilai koefisien determinasi keputusan pembelian produk Oriflame yang dipengaruhi oleh variabel *personal selling*, dan kualitas produk dengan nilai R square sebesar 0,791 atau dengan persentase 79,1% sedangkan sisanya 20,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan ke dalam model penelitian.

Daftar pustaka : 41 (2011-2023)

KATA PENGANTAR

Bismillaahirrahmaanirrahiim.

Assalamualaikum wr. wb.

Puji syukur kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan ridho-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Personal Selling* dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Oriflame Dari PT Orindo Alam Ayu Kota Jakarta Barat”. Skripsi ini diajukan untuk melengkapi persyaratan mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam 45 Bekasi.

Penulis menyadari banyak kendala dan rintangan dalam penyelesaian skripsi ini. Tetapi berkat bimbingan, dukungan, motivasi, saran dan bantuan dari berbagai pihak akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik, untuk itu saya sebagai penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Isti Pujihastuti, S.E., M.E. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan serta bimbingan dalam proses penyusunan skripsi.
2. Ibu Luthpiyah Juliandara, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen S-1 Fakultas Ekonomi Universitas Islam 45 Bekasi.
3. Ibu Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Univesitas Islam 45 Bekasi.
4. Ibu Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si. dan Ibu Yuniqe Berry, S.M.B., M.Sc. selaku dosen penguji yang telah memberikan masukan dan saran dalam penyempurnaan dan perbaikan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen serta jajaran staff Fakultas Ekonomi Universitas Islam 45 Bekasi yang telah memberikan ilmu pengetahuan serta membimbing menjadi pribadi yang lebih baik selama menempuh studi di Univesitas Islam 45 Bekasi.
6. Kepada kedua orang tua Saya mama dan papa Bapak H. Jamal dan Ibu Hj. Romlah yang sangat Saya banggakan dan sangat Saya cintai karena telah memberikan do'a serta dukungan sehingga penulis termotivasi untuk

menyelesaikan skripsi ini dengan baik, walaupun dalam penyelesaian skripsi ini papa dalam keadaan sakit dan pesan papa untuk Saya bisa selesai di tahun ini dan bisa berkumpul kembali. Semoga papa bisa kembali sehat ya pah dan semoga penulis dapat membanggakan kalian, tanpa do'a serta dukungan dari mama dan papa penulis tidak akan sampai pada titik ini.

7. Terima kasih kepada nenek dan kakek Saya yaitu Bapak H. Manang dan Ibu Hj.Nuraeni yang sudah banyak mengorbankan semuanya untuk perkuliahan Saya sehingga penulis bisa sampai di titik ini.
8. Terima kasih kepada Noval Novriansyah S.H., M.Kn Lc., yang sudah banyak membantu penulis dalam mensupport dan memberikan bantuan selama perkuliahan ini.
9. Terima kasih kepada paman Saya Prof. Dr. Sudarna, M.A. yang telah memberikan bantuan serta dukungan kepada penulis.
10. Terima kasih kepada semua tim manajemen film (MKF) yang telah memberikan Saya waktu cuti menyelesaikan skripsi ini.
11. Terima kasih kepada Ibu Jean Petrys selaku manager Saya yang telah memberikan waktu libur Saya untuk penyusunan skripsi ini dari awal sampe akhir.
12. Terima kasih kepada koko David selaku tim manajemen Saya yang selalu memberikan support selama proses penyusunan skripsi ini.
13. Terima kasih kepada Ibu Hj. Liza Meilia selaku pemilik RS Meilia cibubur yang telah banyak memberikan bantuan serta dukungan kepada penulis dalam perkuliahan dan penyusunan skripsi ini.
14. Terima kasih kepada semua pihak yang tidak bisa di sebutkan satu persatu yang telah membantu dan memperlancar proses penelitian dari awal sampai dengan selesainya penyusunan skripsi ini

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Dengan demikian, penulis dengan senang hati menerima kritik dan saran yang tujuannya untuk membangun dan menyempurnakan skripsi ini. Akhir kata, penulis memohon kepada Allah Swt. agar membalas semua dukungan, bantuan, dan bimbingan yang diberikan oleh setiap orang. Penulis juga berharap skripsi ini akan dapat menambah ilmu dan mempunyai manfaat bagi para pembacanya. Aamiin.

Wassalamualaikum wr.wb.

Bekasi, September 2024

Penulis

Salbiah

NPM : 41183402190132

DAFTAR ISI

	Halaman
TANDA PERSETUJUAN	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GRAFIK.....	xv
DAFTAR DIAGRAM.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	10
1.4 Ruang Lingkup atau Pembatasan Masalah	11
1.5 Sistematika Pelaporan.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Manajemen Pemasaran	13
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	13
2.2 Keputusan Pembelian.....	13
2.2.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	13
2.2.2 Proses Keputusan Pembelian	14
2.2.3 Faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian	16
2.2.4 Indikator Keputusan Pembelian	19
2.3 <i>Personal Selling</i>	20
2.3.1 Pengertian <i>Personal Selling</i>	20
2.3.2 Faktor-faktor <i>Personal Selling</i>	22
2.3.3 Proses <i>Personal Selling</i>	23
2.3.4 Indikator <i>Personal selling</i>	24

2.4	Kualitas Produk.....	26
2.4.1	Pengertian Kualitas Produk.....	26
2.4.2	Indikator-Indikator Kualitas Produk	27
2.4.3	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk	28
2.5	Penelitian Terdahulu	30
2.6	Kerangka Pemikiran dan Hipotesis Penelitian.....	33
2.6.1	Kerangka Pemikiran.....	33
2.6.2	Hipotesis Penelitian.....	34
BAB III METODE PENELITIAN.....		36
3.1	Desain Penelitian	36
3.1.1	Metode Penelitian yang digunakan	36
3.1.2	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	36
3.1.3	Populasi dan Sampel Penelitian	37
3.2	Data Penelitian.....	37
3.2.1	Jenis dan Sumber Data	37
3.2.2	Teknik Pengumpulan Data	38
3.3	Instrumen Penelitian	39
3.3.1	Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	39
3.3.2	Variabel <i>Personal Selling</i> (X_1).....	40
3.3.3	Variabel Kualitas Produk (X_2).....	41
3.4	Teknik Analisis Data	41
3.4.1	Uji Validitas.....	41
3.4.2	Uji Reliabilitas	42
3.4.3	Uji Asumsi Klasik	43
3.4.3.1	Uji Asumsi Normalitas	43
3.4.3.2	Uji Asumsi Multikolinieritas	43
3.4.3.3	Uji Asumsi Heterokedastisitas.....	44
3.4.4	Uji Regresi Linier Berganda	44
3.4.5	Uji Signifikan Parsial (Uji t).....	45
3.4.6	Uji Signifikan Simultan (Uji F)	46

3.4.7 Uji Koefisien Determinasi (r^2).....	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	48
4.1 Hasil Penelitian	48
4.1.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	48
4.1.2 Uji Kualitas Data.....	49
4.1.2.1 Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	49
4.1.2.2 Uji Validitas Variabel Personal Selling (X_1)	50
4.1.2.3 Uji Validitas Kualitas Produk (X_2).....	51
4.1.2.4 Uji Reliabilitas	52
4.1.3 Karakteristik Responden	53
4.1.3.1 Jenis Kelamin.....	54
4.1.3.2 Usia	54
4.1.3.3 Pekerjaan.....	55
4.1.3.4 Jenjang Pendidikan	56
4.1.4 Deskripsi Variabel Penelitian	57
4.1.4.1 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y)	57
4.1.4.2 Deskripsi Variabel Personal Selling (X_1).....	59
4.1.4.3 Deskripsi Variabel Kualitas Produk (X_2)	62
4.1.5 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	64
4.1.5.1 Hasil Uji Normalitas	64
4.1.5.2 Hasil Uji Multikolinieritas	66
4.1.5.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	67
4.1.6 Hasil Uji Hipotesis	68
4.1.6.1 Hasil Uji Regresi Berganda	68
4.1.6.2 Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t).....	70
4.1.6.3 Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	71
4.1.7 Hasil Uji Koefisien Determinasi (r^2).....	72
4.2 Pembahasan.....	73
4.2.1 Pengaruh <i>Personal Selling</i> terhadap Keputusan Pembelian	73
4.2.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	73
4.3 Keterbatasan Penelitian.....	74

BAB V SIMPULAN DAN SARAN	75
5.1 Simpulan	75
5.2 Saran	75
5.2.1 Bagi Perusahaan	75
5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya	76
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN	80

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1 Target dan Realisasi Penjualan Produk Oriflame PT. Orindo Alam Ayu ..	2
Tabel 1. 2 Survei Awal Variabel Keputusan Pembelian	3
Tabel 1. 3 Survei Awal Variabel Personal Selling	5
Tabel 1. 4 Presentase Cacat Produk Oriflame tahun 2023	7
Tabel 1. 5 Penyebab Potensial dan Nilai Kerusakan RPN Foundation Oriflame	8
Tabel 1. 6 Survei Awal Variabel Kualitas Produk	9
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	30
Tabel 3. 1 Alternatif Jawaban Kuesioner dengan Skala Likert	39
Tabel 3. 2 Tafsiran Nilai Koefisien Kolerasi (r).....	47
Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	49
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas Variabel Personal Selling (X_1)	50
Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X_2)	51
Tabel 4. 4 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	53
Tabel 4. 5 Jumlah Sampel dan Tingkat Pengisian Kuesioner	53
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
Tabel 4. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	55
Tabel 4. 8 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	55
Tabel 4. 9 Karakteristik Berdasarkan Jenjang Pendidikan	56
Tabel 4.10 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	57
Tabel 4.11 Deskripsi Variabel Personal Selling (X_1)	59
Tabel 4.12 Deskripsi Variabel Kualitas Produk (X_2).....	62
Tabel 4.13 Kolmogorov-Smirnov	66
Tabel 4.14 Uji multikolinearitas.....	67
Tabel 4.15 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	69
Tabel 4.16 Uji t	70
Tabel 4.17 Uji F	71
Tabel 4.18 Uji Koefisien Determinasi (r^2).....	72

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2. 1 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	14
Gambar 2. 2 Proses <i>Personal Selling</i>	23
Gambar 4. 1 Logo Perusahaan	48

DAFTAR GRAFIK

	Halaman
Grafik 4. 1 P-Plot	65
Grafik 4. 2 Scatterplot	68

DAFTAR DIAGRAM

	Halaman
Diagram 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	33

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran : 1 Prasurvei	80
Lampiran : 2 Kuesioner Penelitian.....	81
Lampiran : 3 Tabulasi Data	89
Lampiran : 4 Output Data Validitas Software SPSS 25	98
Lampiran : 5 Output Data Reliabilitas Software SPSS 25	101
Lampiran : 6 Output Data Uji Asumsi Klasik.....	102
Lampiran : 7 Output Data Uji Hipotesis	104
Lampiran : 8 Distribusi Nilai (r tabel).....	105
Lampiran : 9 Distribusi Nilai (t tabel).....	106
Lampiran : 10 Distribusi Nilai (F tabel).....	109
Lampiran : 11 Kartu Seminar Proposal.....	110
Lampiran : 12 Surat Keputusan Pembimbing	112
Lampiran : 13 Kartu Bimbingan Skripsi.....	113
Lampiran : 14 Daftar Riwayat Hidup.....	114
Lampiran : 15 Hasil Cek Plagiarisme	115