

**PENGARUH *DIRECT MARKETING* DAN *PERSONAL SELLING*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

(Studi Pada Toko Kue Qan Kawalu Tasikmalaya)

DRAFT SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian
guna memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh

Oleh,

RISTIAN PURNAMA

NIM. 3402180515



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS GALUH**

2022

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH *DIRECT MARKETING* DAN *PERSONAL SELLING*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

(Studi Pada Toko Kue Qan Kawalu Tasikmalaya)

Oleh,

RISTIAN PURNAMA

3402180515

Disetujui Oleh Pembimbing

Tanggal _____

Pembimbing I,

Pembimbing II,

M. Aziz Basari, S.Sos., M.M.

NIK/NIP. 03.3112770069

H. IWAN SETIAWAN, S.E., M.M.

NIK/NIP. 03.3112770123

Mengetahui,
Ketua Program Studi,

Dr. Nana Darna, S.E., M.M

NIK/NIP. 03.3112770228

ABSTRAK

Ristian Purnama. 2022. Pengaruh *Direct Marketing* dan *Personal Selling* Terhadap Keputusan Pembelian (Suatu Studi pada Toko Kue Qan Kawalu Tasikmalaya). Di bawah bimbingan Bapak M. Aziz Basari, S.Sos., M.M. (Pembimbing I) dan Bapak H. Iwan Setiawan, SE., M.M. (Pembimbing II).

Penelitian ini difokuskan pada Pengaruh *Direct Marketing* dan *Personal Selling* Terhadap Keputusan Pembelian (Suatu Studi pada Toko Kue Qan Kawalu Tasikmalaya).

Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini adalah: 1) Bagaimana pengaruh *Direct Marketing* terhadap keputusan pembelian pada Toko Kue Qan Kawalu Tasikmalaya? 2) Bagaimana Pengaruh *Personal Selling* terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Kue Qan Kawalu Tasikmalaya? 3) Bagaimana Pengaruh *Direct Marketing* dan *Personal Selling* Terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Kue Qan Kawalu Tasikmalaya?

Metode yang digunakan adalah metode penelitian survey dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 52.572 orang dan sampel dalam penelitian ini diambil sebanyak 100 orang. Sedangkan analisis data yang digunakan yaitu analisis koefisien korelasi sederhana, koefisien determinasi, uji t, analisis regresi linear berganda, analisis koefisien korelasi berganda, uji F. Dari hasil penelitian dan pengolahan data menunjukkan bahwa *direct marketing* dan *personal selling* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen Toko Kue Qan Kawalu Tasikmalaya dengan besarnya pengaruh 40,70% dan sisanya 59,30% dipengaruhi oleh faktor lain. Dalam upaya meningkatkan keputusan pembelian pada Toko Kue Qan Kawalu Tasikmalaya sebagiknya bagi penjual harus meningkatkan aspek kecepatan pengiriman produk secara online dan offline dalam membeli produk lebih ditingkatkan dengan cara Toko Kue Qan selalu memproduksi produk ketika sudah mulai sedikit stocknya supaya stock produk kue basah selalu tersedia serta bisa mengirim produk kepada konsumen menjadi lebih cepat.

Kata Kunci :*Direct Marketing, Personal Selling, Keputusan Pembelian.*

DAFTAR PUSTAKA

- Angger, Roni. 2020, *Pengantar Manajemen*, Malang: AE Publishing.
- Alma, Buchory., dan Saladin, Djaslim. 2010. *Manajemen Pemasaran : Ringkasan Praktis, Teori, Aplikasi Dan Tanya Jawab*. Bandung : CV. Linda Karya. .
- Husein, Umar. 1997. *Metodologi Penelitian*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka.
- Muliana et al. 2020. *Pengantar Manajemen*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Alma, Buchari. 2018. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Jakarta: Alfabeta.
- Ardiyanto, Jony. 2015. *Problem Solving of Direct Marketing*. Yogyakarta: Flashbook.
- Apri Budianto, M.M. 2015 *Manajemen Pemasaran*. Edisi Revisi. Penerbit Ombak: Yogyakarta.
- Chandra, Evelyn. 2016. *Hubungan Direct Marketing dan Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian Pie Elis*. Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis Volume 1, Nomor 4, : 414 – 423 hlm . Online; Tersedia <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/> (4 Oktober 2016)
- Dilon, Kevin. 2017. “*Pengaruh Personal Selling, Sales Promotion, dan Public Relation Terhadap Keputusan Pembelian Di Sodakocha*”. Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis Volume 1, Nomor 6, : 677-683 hlm. Online; Tersedia: <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/> (6 Februari 2017)
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2014. *Principles of Marketing 14th Edition*. New York : Pearson. Tersedia: <https://www.pdfdrive.com/> (20 Juli 2015)
- Darna, N., & Herlina, E. (2018). *Memilih Metode Penelitian Yang Tepat: Bagi Penelitian Bidang Ilmu Manajemen*. Jurnal Ekonologi Ilmu Manajemen, 5(1), 287-292.
- Fandy Tjiptono. 2015. *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Andi Offset : Yogyakarta.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Reza Baharudin Yusuf. 2019, *Pengaruh Direct Marketing Dan Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian Keripik Singkong “Singkongku” Di Desa Danasari Kecamatan Bojong Kabupaten Tegal*. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Pancasakti. Tegal.

- Kurnia Intan, I Ketut Martana. 2017. *Pengaruh Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian Produk Es Batu Di PT. Agronesia Divisi Industri Es Saripetojo Bandung. Jurnal Komunikasi, Volume VIII (2), hlm :126*
Tersedia:<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/ieoj/article/view/20494/19300> (26 September 2016)
- Priansa, D. J. 2017. *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta
- Purnama, Ridwan, Alfanisa Riska Pralina. 2016. *Pengaruh Direct Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di Restoran The Centrum Bandung. Tourism and Hospitality Essentials (THE) Journal Vol.VI No.1.2016 – 973*. Tersedia: <https://www.academia.edu/7343586/> (31 Juli 2016)
- Tjiptono, Fandy, 2012 *Pemasaran Strategik: Mengupas Pemasaran Strategik, Branding Strategy, Customer Satisfaction, Strategi Kompetitif hingga e- Marketing*, Edisi 2, Yogyakarta: CV ANDI
- Tjiptono, Fandy. 2017. *Strategi Pemasaran*, Edisi 4. Yogyakarta : CV. ANDI.
- Widyastuti, Sri. 2017. *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasila. Tersedia:<https://www.pdfdrive.com/>.
- Danang Sunyoto. 2013. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.
- Ebert, Ronald J. , Griffin Ricky W., 2015. *Pengantar Bisnis*, edisi kesepuluh, Jakarta : Penerbit Erlangga
- Eka, Wenats., dkk. 2012. *Success Story Intergrated Marketing Communication*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12 Jilid 1 & 2. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Philip & Gerry Armstrong, 2014. *Principle Of Marketing*, 15th edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Priansa, D.J. 2017. *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung : Alfabeta
- Purnama, Ridwan, Alfanisa Riska Pralina. 2016. *Pengaruh Direct Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di Restoran The Centrum Bandung. Tourism and Hospitality Essentials (THE) Journal Vol.VI No.1.2016 – 973*. Tersedia : <https://www.academia.edu/7343586/>
- Silverstein, Barry. 2002. *Business to Business Internet Marketing. Fourth Edition Seven Proven Strategies for Increasing Profits Through Internet Direct Marketing*. London : Maximum Press.
Tersedia: <https://www.pdfdrive.com/> (15 April 2010)

- Swastha, Basu. 2002. *Azas-Azas Marketing*. Yogyakarta : Liberty.
- Tjiptono, Fandy, 2012 *Pemasaran Strategik: Mengupas Pemasaran Strategik, Branding Strategy, Customer Satisfaction, Strategi Kompetitif hingga e- Marketing*, Edisi 2, Yogyakarta: CV ANDI.
- Tjiptono, Fandy. 2017. *Strategi Pemasaran*, Edisi 4. Yogyakarta : CV. ANDI.
- Siswanto. 2012. *Pengantar Manajemen*. Jakarta : PT.Bumi Aksara
- Kotler, Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 1, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. PT. Jakarta : PT.Indeks.
- Kotler dan Keller. 2012. *Marketing Managemen*. Edisi 14. Global edition: Pearson Education.
- Salmah, Ninin Non Ayu. *Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Sari Ayu Pada Toko La Tahzan Palembang*. Jurnal Media Kendaraan Ekonomi.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sanusi, Anwar. 2011. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan kelima. Jakarta: Salemba Empat.
- Siswanto. 2012. *Pengantar Manajemen*. Jakarta : PT.Bumi Aksara