

**PENGARUH PRODUK, HARGA, TEMPAT DAN *PERSONAL SELLING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN BASO ACI AKANG PAHLAWAN REVOLUSI
JAKARTA TIMUR**

SKRIPSI

Oleh:

Fedro Alexander

1931150014



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
JAKARTA
2023**

**PENGARUH PRODUK, HARGA, TEMPAT DAN *PERSONAL SELLING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN BASO ACI AKANG PAHLAWAN REVOLUSI
JAKARTA TIMUR**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi persyaratan akademik guna memperoleh
gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Kristen Indonesia**

Oleh:

Fedro Alexander

1931150014



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
JAKARTA
2023**



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fedro Alexander
NIM : 1931150014
Program Studi : S1-Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis tugas akhir yang berjudul: “Pengaruh Produk, Harga, Tempat Dan *Personal Selling* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Baso Aci Akang Pahlawan Revolusi Jakarta Timur” adalah :

1. Dibuat dan diselesaikan sendiri dengan menggunakan hasil kuliah, tinjauan laporan keuangan setiap perusahaan, buku-buku dan jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada karya tugas akhir saya.
2. Bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar sarjana di universitas lain, kecuali pada bagian-bagian sumber informasi yang dicantumkan dengan cara referensi yang semestinya.
3. Bukan merupakan karya terjemahan dari kumpulan buku atau jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada tugas.

Kalau terbukti saya tidak memenuhi apa yang dinyatakan di atas, maka karya tugas akhir ini dianggap batal.

Jakarta, 11 Juli 2023



Fedro Alexander



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI

Pengaruh Produk, Harga, Tempat dan *Personal Selling* Terhadap Keputusan
Pembelian Konsumen Baso Aci Akang Pahlawan Revolusi Jakarta Timur

Oleh:

Nama : Fedro Alexander
NIM : 1931150014
Program Studi : S1 Manajemen
Peminatan : Manajemen Pemasaran

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan dipertahankan dalam
Sidang Skripsi guna mencapai gelar Sarjana Strata Satu/ pada Program
Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas
Kristen Indonesia.

Jakarta, 11 Juli 2023

Menyetujui:

Pembimbing I

(Carolina F. Sembiring, SE., MM)
NIDN : 0316077002

Pembimbing II

(Ir. Tarsicius Sunaryo, M.A., Ph.D.)
NIDN : 0313106202

Ketua Program Studi S-1 Manajemen

(Jonny Siagian, SE., MMA)
NIDN : 0301086104

Dekan

(Dr. Ir. Ktut Silvanita Mangani, M.A.)
NIDN : 0015096301

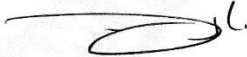




PERSETUJUAN TIM PENGUJI SKRIPSI

Pada 11 Juli 2023 telah diselenggarakan Sidang Skripsi untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kristen Indonesia, atas nama:

Nama : Fedro Alexander
NIM : 1931150014
Program Studi : S1 Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Termasuk ujian Skripsi yang berjudul "Pengaruh Produk, Harga, Tempat dan *Personal Selling* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Baso Aci Akang Pahlawan Revolusi Jakarta Timur" oleh tim penguji yang terdiri dari:

No	Nama Penguji	Jabatan dalam Tim Penguji	Tanda Tangan
1	Sautman Sinaga, SE., MM	Sebagai Ketua	
2	Fenny B.N.L Tobing, SE, MMA.	Sebagai Sekretaris	
3	Carolina F.Sembiring, SE., MM.	Sebagai Anggota	

Jakarta, 11 Juli 2023



PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fedro Alexander
NIM : 1931150014
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 Manajemen
Jenis Tugas Akhir : Skripsi
Judul : Pengaruh Produk, Harga, Tempat dan *Personal Selling* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Baso Acikang Pahlawan Revolusi Jakarta Timur

Menyatakan bahwa:

1. Skripsi tersebut adalah benar karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi manapun;
2. Skripsi tersebut bukan merupakan plagiat dari hasil karya pihak lain, dan apabila saya/kami mengutip dari karya orang lain maka akan dicantumkan sebagai referensi sesuai dengan ketentuan yang berlaku;
3. Saya memberikan Hak Noneksklusif Tanpa Royalti kepada Universitas Kristen Indonesia yang berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilih hak cipta.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran Hak Cipta dan Kekayaan Intelektual atau Peraturan Perundangan-undangan Republik Indonesia lainnya dan integritas akademik dalam karya saya tersebut, maka saya bersedia menanggung secara pribadi segala bentuk tuntutan hukum dan sanksi akademis yang timbul sertamembebasakan Universitas Kristen Indonesia dari segala tuntutan hukum yang berlaku.

Jakarta, 11 Juli 2023



Fedro Alexander

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti ucapkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas berkat, kasih dan penyertaannya maka peneliti mampu menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh Produk, Harga, Tempat dan *Personal Selling* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Baso Aci Akang Pahlawan Revolusi Jakarta Timur” .

Penelitian ini dibuat dan disusun sebagai salah satu syarat yang harus dipenuhi guna menempuh Sidang Ujian Sarjana serta untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S. M) pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kristen Indonesia (FEB UKI).

Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti menyadari bahwa dalam menyusun skripsi ini banyak kendala dan halangan yang dihadapi. Peneliti juga menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna serta kekurangan yang disebabkan oleh keterbatasan kemampuan yang dimiliki oleh peneliti. Namun semua kendala dan halangan itu dapat terlewati karena dengan adanya dukungan, bantuan, bimbingan, serta nasehat dari berbagai pihak sehingga penulisan dan penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya.

Selama menempuh pendidikan di Program studi Akuntansi FEB UKI, penulis mendapatkan banyak ilmu dan pelajaran yang sangat bermanfaat khususnya bagi kehidupan serta wawasan penulis serta teman dengan berbagai karakter dan dosen yang luar biasa. Pada kesempatan ini dengan segala kerendahan dan ketulusan hati yang amat dalam, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih dan kasih sayang yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Dhaniswara K. Hardjono, SH., MH., MBA., selaku Rektor Universitas Kristen Indonesia.
2. Dr. Ir. Ktut Silvanita Mangani, M.A., CRMP. selaku Dekan dan Dr. Melinda Malau, S.E., M.M selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kristen Indonesia.
3. Desideria Regina, SE., MM. selaku dosen pembimbing akademik.

4. Carolina F.Sembiring, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing materi saya yang sejak awal menyusun skripsi sudah membekali saya ilmu.
5. Jonny Siagian, SE., MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kristen Indonesia.
6. Seluruh Dosen Program Studi Manajemen dan staf FEB UKI yang ikut serta membantu dan memberikan dukungan serta bantuan dalam penyusunan skripsi ini, semoga ilmu dan pengalaman yang diberikan dapat didedikasikan untuk kesuksesan peneliti di masa yang akan datang.
7. Kepada orang tua tercinta dan tersayang Jannes Hutagaol dan Matille Sitorus, serta saudara kandung terkasih Yusni Suzanna Indrawati, Christine Natalia dan Stephy Saverius yang telah sabar menunggu hingga skripsi ini selesai dengan semestinya, selalu memberikan motivasi dan dukungan, selalu menjadi pengingat agar penyusunan skripsi ini selesai tepat pada waktunya, dan perhatian juga kasih sayang yang tidak akan pernah pudar.
8. Kepada sahabat penulis Sonia Sitorus, Zefany Nauli, Sahara Siringoringo dan Fajar Kalbuadi yang sudah mendukung dan menyemangati peneliti selama pengerjaan skripsi ini.
9. Kepada semua teman-teman seperjuangan di kampus Aron Jordan, Gustavus Contanius Fau, Maria Elisabeth Pujeng, Jeremia Siregar, Michael Sinaga, Dian Lastaria dan Cyntia Pasaribu serta pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah banyak membantu peneliti secara langsung maupun tidak langsung dalam menyelesaikan skripsi ini.

Jakarta, 10 Juli 2023

Fedro Alexander (1931150014)

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI.....	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI SKRIPSI.....	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	4
1.4. Manfaat Penelitian.....	5
1.5. Hipotesis Penelitian	5
1.6. Ruang Lingkup	5
BAB II URAIAN TEORITIS	6
2.1. Pemasaran.....	6
2.2. Marketing mix	7
2.3. Produk.....	7
2.3.1. Klasifikasi Produk	8
2.3.2. Tingkatan Produk.....	11
2.3.3. Dimensi Produk	11
2.3.4. Indikator Produk	13
2.4. Harga	14
2.4.1. Penetapan Harga	15
2.4.2. Indikator Harga.....	16
2.5. Tempat.....	17

2.5.1. Strategi Tempat.....	18
2.5.2. Indikator Tempat	19
2.6. Personal Selling	19
2.6.1. Tujuan Personal Selling.....	20
2.6.2. Ciri-ciri <i>Personal Selling</i>	20
2.6.3. Sifat-sifat <i>Personal Selling</i>	21
2.6.4. Fungsi Personal Selling	21
2.6.5. Tahapan melakukan <i>Personal Selling</i>	22
2.6.6. Indikator <i>Personal Selling</i>	23
2.7. Keputusan Pembelian	24
2.7.1. Dimensi Keputusan Pembelian.....	25
2.7.2. Indikator Keputusan Pembelian.....	26
2.8. Penelitian Terdahulu.....	27
2.9. Kerangka Pemikiran	29
BAB III METODE PENELITIAN	30
3.1. Jenis Penelitian	30
3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	30
3.3. Objek Penelitian	30
3.4. Populasi dan Sampel Penelitian.....	31
3.4.1. Populasi Penelitian.....	31
3.4.2. Sampel Penelitian	31
3.5. Definisi Oprasional.....	32
3.6. Metode Pengumpulan Data	34
3.7. Teknik Analisis Data	35
3.7.1. Uji Kualitas Data	35
3.7.2. Uji Asumsi Klasik	36
3.8. Analisis Regresi Linear Berganda	39
3.9. Koefisien Determinasi (R^2).....	39
3.10. Uji Hipotesis	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	42
4.1. Gambaran Umum Bisnis Kuliner Baso Aci	42

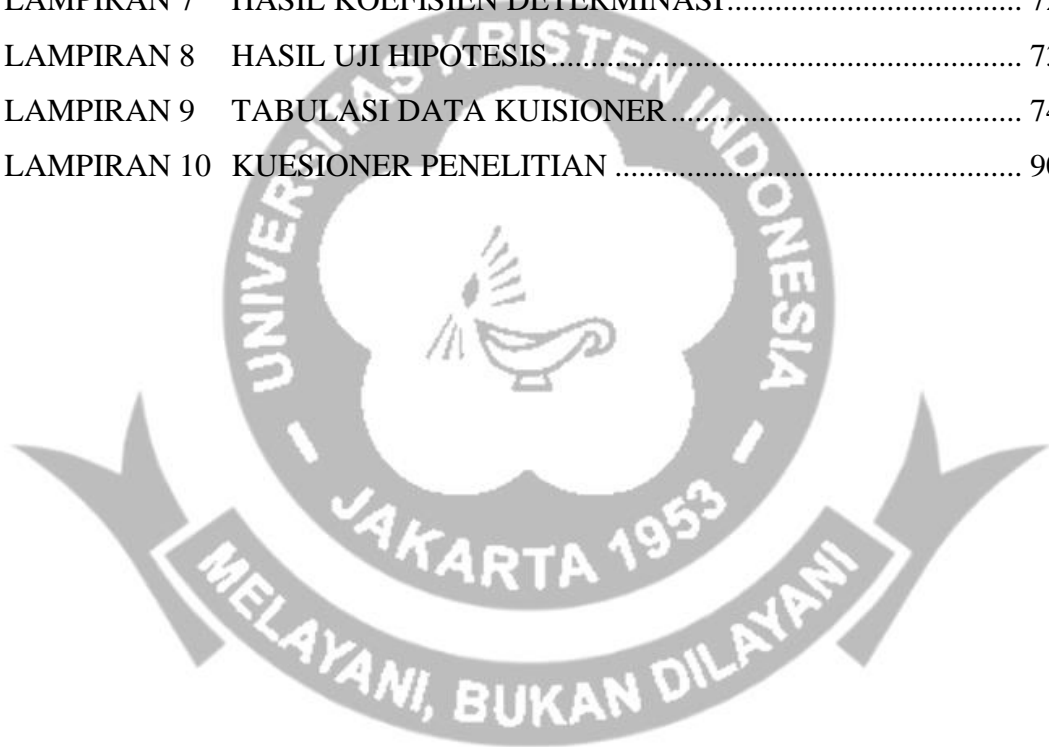
4.1.1.	Sejarah Bisnis Kuliner Baso Aci Akang.....	42
4.1.2.	Visi dan Misi baso Aci Akang.....	42
4.2.	Karakteristik Responden.....	42
4.2.1.	Karakteristik responden berdasarkan Usia	43
4.2.2.	Karakteristik responden berdasarkan Jenis kelamin.....	43
4.2.3.	Karakteristik responden berdasarkan Pekerjaan.....	44
4.3.	Uji Kualitas Data	44
4.3.1.	Hasil Uji Validitas	44
4.3.2.	Hasil Uji Reabilitas.....	46
4.4.	Uji Asumsi Klasik	48
4.4.1.	Hasil Uji Normalitas	48
4.4.2.	Hasil Uji Multikolinearitas	49
4.4.3.	Hasil Uji Heterokedastisitas	50
4.5.	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	51
4.6.	Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	53
4.7.	Uji Hipotesis	54
4.7.1.	Hasil Uji t (Parsial)	54
4.7.2.	Hasil Uji F (Simultan)	56
BAB V	PENUTUP	58
5.1.	Kesimpulan.....	58
5.2.	Saran.....	58
DAFTAR PUSTAKA	59
LAMPIRAN	61

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.	Jumlah Penjualan Baso Aci Akang	3
Tabel 3.1	Indikator Variabel Penelitian	33
Tabel 3.2	Ketentuan Pengukuran Instrumen Penelitian	34
Tabel 4.1	Karakteristik responden berdasarkan Usia	43
Tabel 4.2	Karakteristik responden berdasarkan Jenis Kelamin	43
Tabel 4.3	Karakteristik responden berdasarkan Pekerjaan	44
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas	45
Tabel 4.5	Hasil Uji Reabilitas	47
Tabel 4.6	Hasil Uji Normalitas	49
Tabel 4.7	Hasil Uji Multikolinearitas	50
Tabel 4.8	Hasil Uji Heterokedastisitas	51
Tabel 4.9	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	52
Tabel 4.10	Koefisien Determinasi (R^2)	54
Tabel 4.11	Hasil Uji t (Parsial)	55
Tabel 4.12	Uji F (Simultan)	56

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1	HASIL UJI VALIDITAS	61
LAMPIRAN 2	HASIL UJI REABILITAS	66
LAMPIRAN 3	HASIL UJI NORMALITAS.....	68
LAMPIRAN 4	HASIL UJI MULTIKOLINEARITAS	69
LAMPIRAN 5	HASIL UJI HETEROSKEDASTISITAS.....	70
LAMPIRAN 6	HASIL ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA.....	71
LAMPIRAN 7	HASIL KOEFISIEN DETERMINASI.....	72
LAMPIRAN 8	HASIL UJI HIPOTESIS.....	73
LAMPIRAN 9	TABULASI DATA KUISIONER.....	74
LAMPIRAN 10	KUESIONER PENELITIAN	90



ABSTRAK

Fedro Alexander, Pengaruh Produk, Harga, Tempat dan *Personal Selling* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Baso Aci Akang Pahlawan Revolusi Jakarta Timur

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh produk, harga, tempat dan *personal selling* terhadap keputusan pembelian konsumen Baso Aci Akang Pahlawan Revolusi Jakarta Timur. Sumber data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuosioner penelitian kepada 68 responden dengan menggunakan *purposive sampling*, dan populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pembeli di Baso Aci Akang. Pengambilan sampel sebanyak yang ditetapkan pada rumus lemeshow yang dimana populasi tidak diketahui. Variabel independen dalam penelitian ini terdiri dari produk, harga, tempat dan *personal selling*, sedangkan variabel dependen adalah keputusan pembelian. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji validitas, uji reabilitas, uji asumsi klasik, uji t, uji F, analisis regresi linear berganda, dan koefisien Determinasi (R^2). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Ada Pengaruh produk terhadap keputusan pembelian konsumen Baso Aci Akang Pahlawan Revolusi Jakarta Timur. (2) Ada Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen Baso Aci Akang Pahlawan Revolusi Jakarta Timur. (3) Ada Pengaruh tempat terhadap keputusan pembelian konsumen Baso Aci Akang Pahlawan Revolusi Jakarta Timur. (4) Ada Pengaruh *personal selling* terhadap keputusan pembelian konsumen Baso Aci Akang Pahlawan Revolusi Jakarta Timur. (5) Terdapatnya pengaruh produk, harga, tempat dan *personal selling* terhadap keputusan pembelian konsumen Baso Aci Akang Pahlawan Revolusi Jakarta Timur adalah 31,4% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini. Saran pada penelitian ini bagi Bisnis kuliner Baso Aci Akang sebaiknya menambah varian menu baru untuk olahan baso, dan meningkatkan kualitas produk dengan cita rasa yang diinginkan oleh konsumen. Baso Aci Akang juga harus memperhatikan daya saing harga dengan produk sejenis, sebab harga yang terjangkau umumnya lebih disukai oleh konsumen. Selain itu Baso Aci Akang juga dapat melakukan promosi di media sosial dengan memanfaatkan *food influencer* agar dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Kata Kunci : Produk, Harga, Tempat, Personal Selling, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of product, price, place, and personal selling on consumer purchasing decisions at Baso Aci Akang Pahlawan Revolusi in East Jakarta. The data source used in this study is primary data obtained through the distribution of research questionnaires to 68 respondents using purposive sampling, and the population in this study is all buyers at Baso Aci Akang. The sample was taken as determined by the Lemeshow formula, where the population is unknown. The independent variables in this study consist of product, price, place, and personal selling, while the dependent variable is purchasing decisions. The analysis used in this study includes validity testing, reliability testing, classic assumption testing, t-test, F-test, multiple linear regression analysis, and the coefficient of determination (R²). The results of this study show that: (1) There is an influence of the product on consumer purchasing decisions at Baso Aci Akang Pahlawan Revolusi in East Jakarta. (2) There is an influence of price on consumer purchasing decisions at Baso Aci Akang Pahlawan Revolusi in East Jakarta. (3) There is an influence of place on consumer purchasing decisions at Baso Aci Akang Pahlawan Revolusi in East Jakarta. (4) There is an influence of personal selling on consumer purchasing decisions at Baso Aci Akang Pahlawan Revolusi in East Jakarta. (5) The combined influence of product, price, place, and personal selling on consumer purchasing decisions at Baso Aci Akang Pahlawan Revolusi in East Jakarta is 31.4%, with the remaining influenced by other variables not included in this study. Recommendations from this research for Baso Aci Akang culinary business include adding new menu variations for meatball dishes and enhancing product quality with flavors desired by consumers. Baso Aci Akang should also pay attention to price competitiveness with similar products, as affordable prices are generally preferred by consumers. Additionally, Baso Aci Akang can promote itself on social media by leveraging food influencers to influence consumer purchasing decisions.

Keywords: Product, Price, Place, Personal Selling, Purchase Decision