

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Allah SWT. yang atas berkat rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir yang berjudul “Pengaruh Kegiatan *Personal Selling* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di PT. Bahana Cahaya Sejati Bandung”. Penyelesaian Laporan Tugas Akhir ini ditujukan untuk menyelesaikan pendidikan di Sekolah Administrasi Bisnis dan Keuangan Institut Manajemen Telkom.

Laporan Tugas Akhir ini tentunya masih terdapat banyak kekurangan dan kesalahan yang dilakukan dengan sengaja maupun tidak disengaja, oleh karena itu penulis ingin meminta maaf.

Dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir ini, penulis banyak mendapat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Rahmat Hidayat, SE., MM selaku Dosen Pembimbing. Terima kasih atas kesediaannya meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dengan sabar untuk menukarkan ilmu, memberi bimbingan dan arahan serta nasihat yang berguna kepada penulis.
2. Bapak Ganjar Mohamad Disastra,SH., MM selaku Ka. Prodi D3 Manajemen Pemasaran.
3. Keluarga tercinta, ayah, ibu, dan kakak yang selalu memberikan motivasi dan dukungan selama penulis melakukan penyusunan laporan ini.
4. Bapak Ade Sulaeman selaku *Manager Support* di PT.Bahana Cahaya Sejati Bandung yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan laporan ini.
5. Seluruh dosen D3 Manajemen Pemasaran yang telah memberikan pengetahuan dan motivasi yang berharga selama masa perkuliahan selama enam semester.
6. Seluruh teman-teman D3 Manajemen Pemasaran 2010 yang telah memberikan rasa kekeluargaan serta motivasi selama perkuliahan.
7. Seluruh teman-teman D3 Manajemen Pemasaran 2008, 2009, 2011, 2012 yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.

Akhir kata penulis berharap Laporan Tugas Akhir ini dapat berguna dan bermanfaat bagi semua pihak.

Bandung, 16 September 2013

Penulis,

Geris Wisnu Nugroho Putro

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| HALAMAN JUDUL..... | i |
| HALAMAN PERNYATAAN | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | iii |
| ABSTRAK | iv |
| KATA PENGANTAR..... | v |
| DAFTAR ISI | vi |
| DAFTAR TABEL | viii |
| DAFTAR GAMBAR | ix |
| DAFTAR LAMPIRAN | x |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Gambaran Umum Objek Observasi..... | 1 |
| 1.1.1 Sejarah Perusahaan..... | 1 |
| 1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan..... | 2 |
| 1.1.3 Produk..... | 2 |
| 1.1.4 Struktur Organisasi..... | 4 |
| 1.1.5 Lokasi Perusahaan..... | 5 |
| 1.2 Latar Belakang Objek Observasi..... | 6 |
| 1.3 Perumusan Masalah..... | 9 |
| 1.4 Tujuan Penelitian..... | 9 |
| 1.5 Kegunaan Observasi..... | 9 |
| 1.6 Sistematika Penulisan Laporan Tugas Akhir..... | 9 |
| | |
| BAB II RELEVANSI TEORI DAN PEMBAHASAN..... | 10 |
| 2.1 Tinjauan Teori..... | 10 |

| | | |
|------------------------------------|---|----|
| 2.1.1 | Konsep Pemasaran | 10 |
| 2.1.2 | Keputusan Pembelian | 14 |
| 2.1.3 | Kerangka Pemikiran | 16 |
| 2.1.4 | Tinjauan Hasil Penelitian Terdahulu | 17 |
| 2.2 | Metode Penelitian..... | 21 |
| 2.2.1 | Tempat dan Waktu Penelitian..... | 21 |
| 2.2.2 | Jenis Penelitian | 21 |
| 2.2.3 | Variabel Penelitian..... | 21 |
| 2.2.4 | Jenis Data..... | 22 |
| 2.2.5 | Teknik Pengumpulan dan Persiapan Data | 22 |
| 2.2.6 | Populasi dan Sampel | 23 |
| 2.2.7 | Operasional Variabel..... | 24 |
| 2.2.8 | Skala Pengukuran | 26 |
| 2.2.9 | Uji Validitas dan Reliabilitas..... | 27 |
| 2.2.10 | Alat Analisis Data | 29 |
| 2.3 | Pembahasan..... | 35 |
| 2.3.1 | Karakteristik Responden..... | 35 |
| 2.3.2 | Hasil Pengujian Data | 37 |
| 2.3.3 | Analisis Deskriptif..... | 42 |
| 2.3.4 | Pengaruh <i>Personal Selling</i> terhadap Keputusan Pembelian Konsumen | 45 |
| 2.3.5 | Metriks IPA (<i>Importance Performance Analysis</i>) variabel <i>Personal Selling</i> | 48 |
| BAB III KESIMPULAN DAN SARAN | | 50 |
| 3.1 | Kesimpulan..... | 50 |
| 3.2 | Saran | 50 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 52 |
| LAMPIRAN..... | | 53 |