

ABSTRAK

PENGARUH PERSONAL SELLING, SALES PROMOTION DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SMARTPHONE VIVO DI DANCEL NGANJUK

Nama : Febrena Wanis Yoga

NIM : 17419146

Email : Wfebrena@gmail.com

Fakultas Ekonomi Universitas Kadiri

Dosen Pembimbing

- 1. Drs. Gandung Satriyono, ST.MM**
- 2. M. Dian Ruhamak SE.MM**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Personal Selling, Sales Promotion* dan Harga terhadap keputusan pembelian pada smartphone Vivo Di Dancell Nganjuk. Metode penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif karena ingin menjelaskan hubungan yang terjadi antara variabel personal selling, sales promotion, harga dan Variabel keputusan pembelian. Populasi dalam penelitian ini di toko dancell warujayeng yang belum diketahui pasti jumlahnya. Alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda dengan uji parsial dan simultan serta pengukuran koefisien determinasi. Hasil dari penelitian ini memperoleh analisis regresi berganda yaitu $Y = 1.029 + 0,246X_1 + 0,193X_2 + 0,493X_3$. Hasil ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh dari personal selling terhadap keputusan pembelian produk smartphone vivo dengan t hitung $>$ t tabel ($2,408 > 1.984$), terdapat pengaruh antara sales promotion terhadap keputusan pembelian produk smartphone vivo t hitung $>$ t tabel ($3,032 > 1.984$), terdapat pengaruh antara harga terhadap keputusan pembelian produk smartphone vivo dengan t hitung $>$ t tabel ($5,137 > 1.984$). Terdapat pengaruh antara personal selling, sales promotion, dan harga secara parsial terhadap keputusan pembelian pada produk smartphone vivo dengan pengaruh sebesar 67,2% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini sebesar 32,8%.

Kata Kunci : Personal selling, Sales Promotion, Harga dan keputusan Pembelian.

ABSTRAK

PENGARUH PERSONAL SELLING, SALES PROMOTION DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SMARTPHONE VIVO DI DANCEL NGANJUK

Nama : Febrena Wanis Yoga

NIM : 17419146

Email : Wfebrena@gmail.com

Fakultas Ekonomi Universitas Kadiri

Dosen Pembimbing

- 1. Drs. Gandung Satriyono, ST.MM**
- 2. M. Dian Ruhamak SE.MM**

This study aims to determine the effect of Personal Selling, Sales Promotion and Price on purchasing decisions on Vivo smartphones in Dancell Nganjuk. This research method uses quantitative research because it wants to explain the relationship between personal selling, sales promotion, price and purchasing decision variables. The population in this study at the warujayeng dancell shop whose exact number is not yet known. The analytical tool used is multiple regression analysis with partial and simultaneous tests and the measurement of the coefficient of determination. The results of this study obtained multiple regression analysis, namely $Y = 1.029 + 0.246X_1 + 0.193X_2 + 0.493X_3$. These results indicate that there is an influence of personal selling on purchasing decisions for vivo smartphone products with $t \text{ count} > t \text{ table}$ ($2,408 > 1,984$), there is an influence between sales promotion on purchasing decisions for vivo smartphone products $t \text{ count} > t \text{ table}$ ($3,032 > 1,984$), there are the effect of price on the decision to purchase Vivo smartphone products with $t \text{ count} > t \text{ table}$ ($5,137 > 1,984$). There is an influence between personal selling, sales promotion, and price partially on purchasing decisions on vivo smartphone products with an effect of 67.2% and the rest is influenced by other variables not included in this study of 32.8%.

Keywords: Personal selling, Sales Promotion, Price and purchasing decisions.