



Unipa Surabaya

**UNIVERSITAS
PGRI ADI BUANA
SURABAYA**

SKRIPSI

**Pengaruh *Personal Selling, Brand Identity*
dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan
Pembelian Konsumen Produk Keramik PT.
Platinum Ceramics Industry Wringinanom Di
Gresik**

M Sony Iqbal P
171500216

Dosen Pembimbing
Fachrudy Asj'ari, S.Psi., M.M

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2022**

**PENGARUH PERSONAL SELLING, BRAND IDENTITY
DAN SALURAN DISTRIBUSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PRODUK
KERAMIK PT. PLATINUM CERAMICS INDUSTRY
WRINGINANOM DI GRESIK**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan
memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (SM)

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

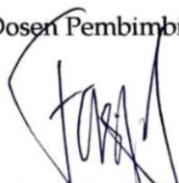
M. Sony Iqbal P
NIM: 171500216

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA
2022

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing dan layak untuk diuji :

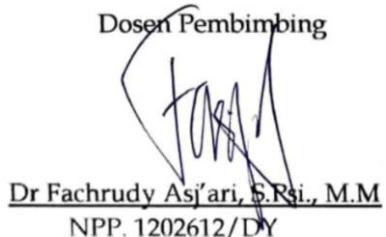
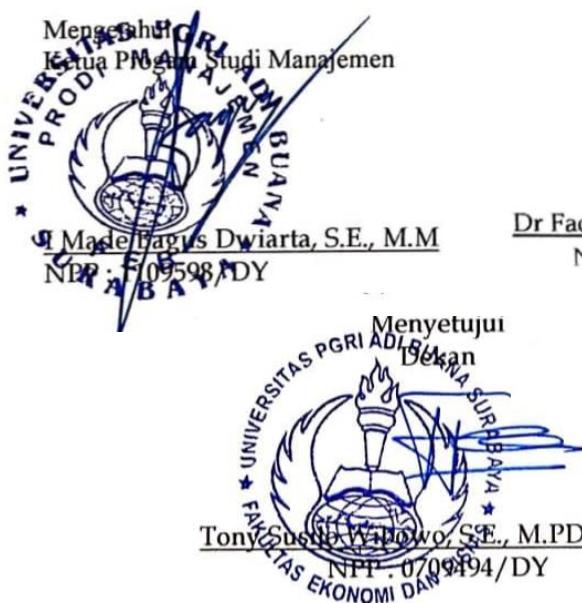
Tanggal : 10 Juni 2022

Dosen Pembimbing

Dr Fachrudy Asj'ari, S.Rsi., M.M.
NPP. 1202612/DY

HALAMAN PENGESAHAN

- Judul Skripsi : Pengaruh *Personal Selling, Brand Identity* dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Keramik PT. Platinum Ceramics Industry Wringinanom Di Gresik
- Identitas Mahasiswa :
- a. Nama : M Sony Iqbal P
 - b. NIM : 171500216
 - c. Program Studi : Manajemen
 - d. Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas PGRI Adibuanan
Surabaya

Surabaya, 30 Juni 2022



BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Skripsi ini diterima dan disetujui oleh Panitia Ujian Skripsi Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya :

Hari : Jum'at
Tanggal : 10 Juni 2022

Penguji 1



Dr Noerchoidah, S.E., M.M
NIDN. 0710046903

Penguji 2



Siti Samsiyah, S.E., M.M
NIP : 1511749 /DY

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : M. Sony Iqbal P

NIM : 171500216

Program Studi : Manajemen / 2017

Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adibuan
Surabaya

Dengan ini menyatakan bahwa penelitian (skripsi) saya dengan judul "Pengaruh Personal Selling, Brand Identity dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Keramik PT. Platinum Ceramics Industry Wringinanom Di Gresik" yang saya usulkan dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (SM) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya Tahun 2021/2022 bersifat original.

Bilamana dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini (ditemukan unsur plagiasi), maka saya bersedia dituntut dan diproses dengan ketentuan hukum yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 30 Juni 2022
Mahasiswa,



M. Sony Iqbal P
Nim : 171500216

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah, Dengan mengucap puji dan syukur kehadirat Allah SWT, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya serta nikmat-Nya yang diberikan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “ Pengaruh *Personal Selling, Brand Identity* dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian konsumen Produk Keramik PT. Platinum Ceramics Industry Wringinanom di Gresik” dapat terselesaikan dengan baik. Penulis menyadari dalam pembuatan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kelemahan, maka dari itu penulis menerima kritik dan saran guna membangun dan menambah wawasan lebih lanjut.

Dalam kesempatan ini, penulis banyak mendapat motivasi, bimbingan dan doa dari berbagai pihak sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. M. Subandowo, M.S. Rektor Universitas PGRI Adi Buana Surabaya,
2. Tony Susilo Wibowo, S.E., M.Pd., M.SM. sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya,
3. Bapak I Made Bagus Dwiarta, S.E., M.M. sebagai Kaprodi Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya,
4. Bapak Dr. Fachrudy Asj’ari, S.Psi., M.M selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan, bimbingan, dan koreksi selama proses penyelesaian skripsi ini,
5. Segenap Dosen Pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya,

- khususnya para Bapak/Ibu yang telah membekali ilmu pengetahuan dan wawasan kepada penulis,
6. Kepada bapak Adi selaku pegawai kantor PT. Platinum Ceramics Industry Wringinanom yang telah memberikan izin dan dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini dan memberikan bantuan dan dukungan kepada penulis sehingga skripsi ini bisa selesai tepat waktu,
 7. Kepada kedua orang tua saya yang selalu memberikan motivasi, dukungan, dan doa restu kepada saya dalam penyusunan skripsi ini,
 8. Dan semua rekan seperjuangan Prodi Manajemen khususnya kelas E angkatan 2017 yang selalu menemani selama 4 tahun ini,

Semoga Allah SWT memberikan balasan atas segala pengorbanan dan bantuan yang telah diberikan kepada penulis dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.

Surabaya, 23 Februari 2022

Penulis

MOTTO

"Jangan mudah menyerah, rasakanlah penderitaan yang ada sekarang ini dan hiduplah sebagai juara di kemudian hari."

-SIP-

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *Personal Selling*, *Brand Identity* dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Keramik PT. Platinum Ceramics Industry Wringinanom Di Gresik. Beberapa variabel dianalisa sebagai faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian yaitu *Personal Selling*, *Brand Identity* dan Saluran Distribusi. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen pembelian produk keramik pada PT. Platinum Ceramics Indutry Wringinanom di Gresik yang berjumlah 4910 konsumen pada tahun 2020. dan sampel ditetapkan berdasarkan teknik *accidental*. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus slovin dengan jumlah sampel yang digunakan sebanyak 98 responden. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis dengan menggunakan *Software SPSS* Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *Personal Selling*, *Brand Identity* dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Keramik PT. Platinum Ceramics Industry Wringinanom Di Gresik. Penelitian ini bermanfaat untuk pengembangan ilmu manajemen pemasaran. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Personal Selling* berpengaruh signifikan dan positif terhadap Keputusan Pembelian, *Brand Identity* berpengaruh signifikan dan positif terhadap Keputusan Pembelian dan Saluran Distribusi berpengaruh signifikan dan positif terhadap Keputusan Pembelian.

Kata kunci: *Personal Selling*, *Brand Identity*, Saluran Distribusi, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of Personal Selling, Brand Identity and Distribution Channels on Consumer Purchase Decisions for Ceramic Products at PT. Platinum Ceramics Industry Wringinanom In Gresik. Several variables were analyzed as factors that influence Purchase Decisions, namely Personal Selling, Brand Identity and Distribution Channels. The population in this study were consumers who purchased ceramic products at PT. Platinum Ceramics Industry Wringinanom in Gresik, which totaled 4910 consumers in 2020. and the sample was determined based on the accidental technique. Sampling in this study using the Slovin formula with the number of samples used as many as 98 respondents. Data were collected through questionnaires and analyzed using SPSS Software. The purpose of this study was to analyze the influence of Personal Selling, Brand Identity and Distribution Channels on Consumer Purchase Decisions for Ceramic Products at PT. Platinum Ceramics Industry Wringinanom In Gresik. This research is useful for the development of marketing management science. The results of this study indicate that Personal Selling has a significant and positive effect on purchasing decisions, Brand Identity has a significant and positive effect on purchasing decisions and distribution channels have a significant and positive effect on purchasing decisions.

Key words: Personal Selling, Brand Identity, Distribution Channels, Purchase Decision.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II.....	11
TELAAH PUSTAKA	11
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Landasan Teori	20
2.2.1 <i>Personal Selling</i>	21
2.2.1.1 Pengertian <i>Personal Selling</i>	21
2.2.1.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi <i>Personal Selling</i> .	22

2.2.1.3 Manfaat dan Tujuan <i>Personal Selling</i>	22
2.2.1.4 Indikator <i>Personal Selling</i>	23
2.2.2 <i>Brand Identity</i>	24
2.2.2.1 Pengertian <i>Brand Identity</i>	24
2.2.2.2 Faktor - Faktor <i>Brand Identity</i>	25
2.2.2.3 Dimensi <i>Brand Identity</i>	26
2.2.2.4 Indikator <i>Brand Identity</i>	28
2.2.3 Saluran Distribusi	29
2.2.3.1 Pengertian Saluran Distibusi	29
2.2.3.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Saluran Distribusi	29
2.2.3.3 Macam-Macam Saluran Distribusi.....	31
2.2.3.4 Indikator Saluran Distribusi.....	31
2.2.4 Keputusan Pembelian.....	33
2.2.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	33
2.2.4.2 Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian	34
2.2.4.3 Indikator Keputusan Pembelian.....	34
2.2.5 Hubungan Antar Variabel	35
2.2.5.1 Pengaruh <i>personal selling</i> terhadap keputusan Pembelian	35
2.2.5.2 Pengaruh <i>brand identity</i> terhadap Keputusan Pembelian	36
2.2.5.3Pengaruh saluran distribusi terhadap Keputusan Pembelian	37

2.3 Kerangka Konseptual	37
2.4 Hipotesis.....	39
BAB III	41
METODE PENELITIAN.....	41
3.1 Rancangan Penelitian	41
3.2 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	43
3.2.1 Populasi.....	43
3.2.2 Sampel	43
3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel	44
3.3 Jenis dan Sumber Data	45
3.3.1 Jenis Data	45
3.3.2 Sumber Data.....	45
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.4.1 Prosedur Pengumpulan Data.....	46
3.4.2 Tempat dan Waktu penelitian	47
3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	47
3.5.1 Variabel Penelitian.....	47
3.5.2 Definisi Operasional variabel.....	48
3.6 Teknik Analisis Data.....	53
3.6.1 Uji instrumen.....	53
3.6.1.1 Uji Validitas.....	53
3.6.1.2 Uji Reliabilitas	54
3.6.1.3 Analisis Regresi Linier Berganda	54

3.6.1.4 Uji Asumsi Klasik	55
3.6.1.5 Uji Hipotesis	57
3.6.1.5.1 Uji Signifikan Parsial (Uji-t)	57
3.6.1.5.2 Uji Signifikan Simultan (Uji-f)	58
BAB IV	59
4.1 Hasil Penelitian.....	59
4.1.1 Gambaran Umum PT. Platinum Ceramics Industry	59
4.1.2 Deskripsi Hasil Penelitian	60
4.1.2.1 Karakteristik Responden	60
4.1.2.2 Hasil Distribusi Frekuensi Variabel Penelitian	63
4.1.3 Hasil Analisis Data dan Hasil Penelitian.....	66
4.1.3.1 Hasil Pengujian Instrumen Penelitian.....	66
4.1.3.2 Uji Instrumen Penelitian.....	67
4.1.3.3 Uji Asumsi Klasik	70
4.1.3.4 Analisis Regresi Linier Berganda	75
4.1.3.5 Koefisien Determinasi (R^2)	77
4.1.3.6 Pengujian Hipotesis	78
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian	80
BAB V	87
5.1 Kesimpulan	87
5.2 Saran	88
DAFTAR PUSTAKA.....	91

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Karakteristik berdasarkan Jenis Kelamin.....	59
Tabel 4.2	Karakteristik berdasarkan Umur.....	59
Tabel 4.3	Karakteristik berdasarkan Lama Bekerja.....	60
Tabel 4.4	Distribusi Frekuensi Variabel <i>Personal Selling</i>	60
Tabel 4.5	Distribusi Frekuensi Variabel <i>Brand Identity</i>	61
Tabel 4.6	Distribusi Frekuensi Variabel Saluran Distribusi.....	62
Tabel 4.7	Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian.....	63
Tabel 4.8	Uji Validitas.....	67
Tabel 4.9	Uji Reliabilitas.....	69
Tabel 4.10	Uji Normalitas.....	70
Tabel 4.11	Uji Multikolinearitas.....	73
Tabel 4.12	Uji Autokorelasi.....	75
Tabel 4.13	Analisis Regresi Linier Berganda.....	75
Tabel 4.14	Koefisien Determinasi.....	77
Tabel 4.15	Koefisien Korelasi.....	78
Tabel 4.16	Uji t.....	79
Tabel 4.17	Uji F.....	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.3	Kerangka Konsep.....	37
Gambar 2.4	Rancangan Penelitian.....	40
Gambar 4.1	Uji Normalitas Dengan Plot.....	71
Gambar 4.2	Uji Normalitas Dengan Diagram.....	72
Gambar 4.3	Uji Heterokedastisitas.....	73

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner
- Lampiran 2 : Tabulasi Data
- Lampiran 3 : Hasil Output Spss
- Lampiran 4 : Kartu Bimbingan Skripsi
- Lampiran 5 : Berita Acara Revisi Skripsi