

**PENGARUH *PERSONAL SELLING* DAN KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PRODUK INDIHOME DI KOTA BOGOR**

**TESIS**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Memperoleh Gelar  
Magister Manajemen**



**LISA FITRI**

**NPM. 072518055**

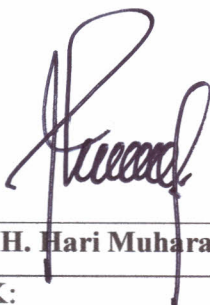
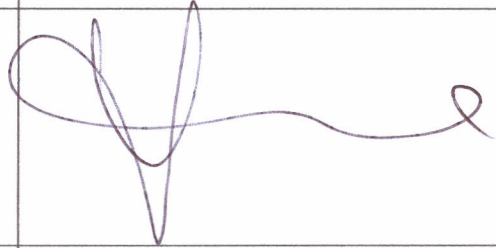

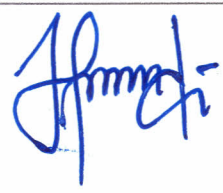
**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN  
PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS PAKUAN  
2020**

# LEMBAR PENGESAHAN

LISA FITRI

NPM. 072518055

**PENGARUH *PERSONAL SELLING* DAN KULITAS PELAYANAN  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK  
INDOHOME DI KOTA BOGOR**

DISETUJUI DAN DISAHKAN OLEH PEMBIMBING TESIS	
Pembimbing I	Pembimbing II
	
<b>Dr. H. Hari Muharam, SE., MM</b>	<b>Dr. Ir. Hj. Yuary Farradia, M.Sc</b>
NIP/NIK:	NIP/NIK:
Tanggal:	Tanggal:
DISETUJUI DAN DISAHKAN OLEH PEMBIMBING TESIS	
Dekan Sekolah Pascasarjana	Ketua Program Studi
	
<b>Prof. Dr. Ing. H. Soewarto Hardhienata</b>	<b>Dr. Herdiyana, S.E.,M.M</b>
NIP/NIK:	NIP/NIK:
Tanggal: 11-02-2021.	Tanggal:
Tanggal Lulus:	
No. Registrasi:	

# **PENGARUH *PERSONAL SELLING* DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK INDIHOME DI KOTA BOGOR**

Lisa Fitri

## **ABSTRAK**

Tujuan yang hendak dicapai perusahaan adalah memaksimalkan profit disamping perusahaan ingin tetap berkembang. Realisasi dari pada tujuan ini adalah melalui meningkatkan keputusan pembelian yang mantap karena masalah penjualan merupakan kunci dari sukses tidaknya suatu perusahaan. Dalam kegiatan pemasaran kenaikan keputusan pembelian merupakan ukuran efisiensi, meskipun tidak setiap kenaikan keputusan pembelian diikuti dengan kenaikan laba. Pada penelitian ini untuk membuktikan bagaimana *personal selling* dan kualitas pelayanan produk Indihome yang dilakukan dapat meningkatkan keputusan pembelian produk Indihome pada PT. Karl Wig Abadi Witel Bogor. Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah Apakah terdapat pengaruh *personal selling* dan kualitas pelayanan yang dilakukan secara bersama- sama dalam meningkatkan keputusan pembelian produk Indihome pada PT. Karl Wig Abadi Witel Bogor. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui keputusan pembelian produk Indihome pada PT. Karl Wig Abadi Witel Bogor, serta untuk mengetahui dan menganalisis faktor-faktor apa saja yang dapat meningkatkan keputusan pembelian produk Indihome pada PT. Karl Wig Abadi Witel Bogor.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dan daftar pertanyaan (*questionnaire*). Sampel dalam penelitian ini sebanyak 186 orang. Variabel diukur dengan skala Likert. Pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi linear berganda melalui uji F dan uji t dengan maksud untuk mengetahui pengaruh variable independen terhadap variabel dependent pada tingkat kepercayaan 90% ( $\alpha = 0,1$ ).

Hasil uji secara serentak diketahui bahwa *Personal Selling* dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Produk Indihome Pada PT. Karl Wig Abadi Witel Bogor. Hal ini berarti bahwa dengan adanya *Personal Selling* dan Kualitas Pelayanan akan mempengaruhi peningkatan Keputusan Pembelian Produk Indihome Pada PT. Karl Wig Abadi Witel Bogor.

Kata kunci: *Personal Selling, Kualitas Pelayanan, dan Keputusan Pembelian*

# **THE EFFECT OF PERSONAL SELLING AND SERVICE QUALITY ON PURCHASING DECISIONS FOR INDIHOME PRODUCTS AT BOGOR CITY**

Lisa Fitri

## **ABSTRACT**

*The goal that the company wants to achieve is to maximize profits instead of the company growth. The realization for this goal is by increasing dense purchasing decisions on sales difficulties are the success or failure reasons of a company. In marketing activities, a growth in purchasing decisions is an efficiency measurement, although not every growth in purchasing decisions is followed by profit increment. In this study case, it is to attest how Personal Selling and Service Quality of Indihome products can increase Indihome purchasing decisions on PT Karl Wig Abadi Witel Bogor. The origination of the problem in this study is whether there is an effect of Personal Selling and Service Quality correspondence on increasing the purchasing decisions of Indihome products at PT. Karl Wig Abadi Witel Bogor, as well as to find out and analyze what factors can increase the purchasing decisions of Indihome products at PT. Karl Wig Abadi Witel Bogor.*

*This research is quantitative descriptive research. Data collection techniques were carried out through interviews and a list of questions (questionnaire). The sample in this study were 186 people. Variables are measured using Likert scale. Hypothesis testing uses multiple linear regression analysis through the F test and t test in order to determine the effect of the independent variable on the dependent variable at the 90% confidence level ( $\alpha = 0.1$ ).*

*The test results concurrently show that Personal Selling and Service Quality have a significant effect on the Purchase Decision of Indihome Products at PT. Karl Wig Abadi Witel Bogor. This means that the occurrence of Personal Selling and Service Quality will affect growth in Indihome Product Purchasing Decisions at PT. Karl Wig Abadi Witel Bogor.*

**Keywords: Personal Selling, Service Quality, and Purchasing Decisions**