



**PENGARUH *ADVERTISING, PERSONAL SELLING, SALES*  
*PROMOTION, DAN PUBLICITY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
(STUDI KASUS PADA PELANGGAN UMKM MEBEL DI DESA  
MULYOHARJO)**

**Skripsi**

Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

**Disusun Oleh:**

**NAMA : MELANI YUS TIANA**

**NIM : 201911629**

**PROGAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
TAHUN 2023**



**PENGARUH *ADVERTISING, PERSONAL SELLING, SALES*  
*PROMOTION, DAN PUBLICITY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
(STUDI KASUS PADA PELANGGAN UMKM MEBEL DI DESA  
MULYOHARJO)**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat  
untuk menyelesaikan jenjang pendidikan  
Strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muria Kudus

**Oleh:**

**NAMA : MELANI YUS TIANA**

**NIM : 201911629**

**PROGAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
TAHUN 2023**

**PENGARUH *ADVERTISING, PERSONAL SELLING, SALES*  
*PROMOTION, DAN PUBLICITY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
(STUDI KASUS PADA PELANGGAN UMKM MEBEL DI DESA  
MULYOHARJO)**

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian  
Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Tanggal.....

Pembimbing I,



**(Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M)**  
NIDN 0628048702

Pembimbing II,



**(Faridhatun Faidah, S.E., M.M)**  
NIDN 0601099201

Mengetahui,

Ketua Progam Studi Manajemen



**(Noer Indah Rahmawati, SE., MM)**  
NIDN 0024037701

**PENGARUH ADVERTISING, PERSONAL SELLING, SALES  
PROMOTION, DAN PUBLICITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
(STUDI KASUS PADA PELANGGAN UMKM MEBEL DI DESA  
MULYOHARJO)**

Nama : Melani Yus Tiana

Nim : 201911629

Progam Studi : S1-Manajemen

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus .....

Mengetahui,

Ketua Progam Studi Manajemen

Pembimbing I

  
(Noor Indah Rahmawati, SE., MM)  
NIDN 0024037701

  
(Nurul Rizka Arumsari, SE., MM)  
NIDN 0628048702

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Pembimbing II

  
  
(Dr. Kertati Sumekar, SE., MM)  
NIDN 0616077304

  
(Faridhatun Faidah, SE., MM)  
NIDN 0601099201

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### MOTTO :

“ Pendidikan merupakan senjata paling ampuh yang bisa kamu gunakan untuk merubah dunia”. (*Nelson Mandela*)

### PERSEMBAHAN :

Perjuangan merupakan bagian dari proses untuk menghargai hasil. Rasa syukur yang mendalam saya ucapkan kepada Allah SWT, atas segala rahmat dan karunia yang telah dilimpahkan, karya ini saya persembahkan untuk:

- Bapak Muhadi (alm), yang masa hidupnya selalu menjadi contoh yang baik untukku, kupersambahkan karyaku untukmu Bapak.
- Ibu Kemisih, yang sangat aku sayangi dan selalu mendoakanku siang malam serta memotivasiku untuk terus berjuang untuk masa depan.
- Kakak Perempuan Desti Liya Safitri, yang selalu menasehati saya, agar tetap menjadi seseorang yang percaya diri dan berguna untuk orang lain.
- Kakak Laki-laki Akhmad Nur Farid, yang selalu memberi panutan untuk menjadi lebih baik
- Adikku Qiyas Defa Mahadirga, yang menjadikanku motivasi untuk terus menjadi contoh yang lebih baik.
- Sahabat Hidupku, Arif Naflati yang selalu memberi semangat untuk terus bangkit agar menjadi sosok wanita yang lebih mandiri dan dewasa.
- Teman - teman dan rekan seperjuangan UMK yang selalu bersama dalam melewati setiap suka dan duka selama kuliah.
- Pelanggan UMKM industri mebel di Desa Mulyoharjo yang telah menyempatkan waktunya untuk mengisi kuesioner sebagai bahan penelitian.
- Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas berkat, anugerah, rahmat dan hidayahNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH *ADVERTISING, PERSONAL SELLING, SALES PROMOTION, DAN PUBLICITY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA PELANGGAN UMKM MEBEL DI DESA MULYO HARJO)”**.

Tujuan penyusunan skripsi ini merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk memenuhi persyaratan ujian akhir program studi sarjana manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus. Selama proses penyusunan proposal skripsi ini penulis mendapatkan bimbingan, arahan, bantuan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si., selaku Rektor Universitas Muria Kudus
2. Dr. Kertati Sumekar, SE., MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus
3. Noor Indah Rahmawati, SE., MM., selaku Ketua Progam Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus
4. Nurul Rizka Arumsari, SE., MM., selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan arahan yang sangat bermanfaat dengan penuh kesabaran dan perhatian kepada penulis hingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik

5. Faridhatun Faidah, SE., MM., selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran serta arahan kepada penulis hingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik
6. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang telah diberikan selama ini
7. Segenap staff dan karyawan-karyawati Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah membantu dan memberikan informasi seputar kampus dalam penyusunan skripsi

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman. Penulis sangat mengharapkan atas masukan serta saran dari para pembaca demi kesempurnaan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi siapapun yang membacanya.

Kudus ,

2023

Penulis

**Melani Yus Tiana**

201911629



**PENGARUH *ADVERTISING*, *PERSONAL SELLING*, *SALES PROMOTION*, DAN *PUBLICITY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
(STUDI KASUS PADA PELANGGAN UMKM MEBEL DI DESA MULYOHARJO)**

Melani Yus Tiana  
201911629

Pembimbing 1. Nurul Rizka Arumsari, SE., MM  
2. Faridhatun Faidah, SE., MM

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI  
MANAJEMEN**

**ABSTRAKSI**

Penelitian ini adalah (studi kasus pada UMKM mebel di Desa Mulyoharjo) yang bermaksud untuk mengetahui pengaruh *advertising*, *personal selling*, *sales promotion*, dan *publicity* terhadap keputusan pembelian. Dalam penelitian ini, *advertising*, *personal selling*, *sales promotion*, dan *publicity* sebagai faktor independen, sedangkan keputusan pembelian sebagai variabel dependen. Purposive sampling digunakan dalam penelitian ini untuk memilih jumlah sampel 105 responden dengan kriteria pembelian minimal 1 kali, yang kemudian dilakukan analisis regresi. Teknik purposive sampling digunakan untuk menyeleksi pelanggan UMKM industri mebel di Desa Mulyoharjo. Pengujian validitas dan reliabilitas sebagai pertanyaan untuk setiap variabel diperiksa pada tahap pertama. Untuk mengetahui dampak *advertising*, *personal selling*, *sales promotion*, dan *publicity* terhadap keputusan pembelian pada (Studi UKM Mebel di Desa Mulyoharjo) tahap pengujian tahap ke dua. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keputusan pembelian produk mebel di Desa Mulyoharjo dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh pengaruh *advertising*, *personal selling*, *sales promotion* dan *publicity*. UMKM mebel di Desa Mulyoharjo diharapkan dapat rajin update informasi di media sosial mengenai produk mebel dan meningkatkan komunikasi yang baik dengan calon pelanggan maupun pelanggan. Sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian sehingga terjadi kepuasan pelanggan dalam membeli produk mebel.

**Kata Kunci:** *Advertising*, *personal selling*, *sales promotion*, *publicity*, keputusan pembelian



***THE EFFECT OF ADVERTISING, PERSONAL SELLING, SALES PROMOTION, AND PUBLICITY ON PURCHASE DECISIONS (CASE STUDY OF FURNITURE SME CUSTOMERS IN MULYOHARJO VILLAGE)***

Melani Yus Tiana  
201911629

Pembimbing 1. Nurul Rizka Arumsari, SE., MM  
2. Faridhatun Faidah, SE., MM

**UNIVERSITY OF MURIA KUDUS  
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS MANAGEMENT STUDY  
PROGRAM**

***ABSTRACTION***

*This research is (a case study on furniture SMEs in Mulyoharjo Village) which intends to determine the effect of advertising, personal selling, sales promotion, and publicity on purchasing decisions. In this study, advertising, personal selling, sales promotion, and publicity as independent factors, while the purchase decision as the dependent variable. Purposive sampling was used in this study to select a sample size of 105 respondents with the criteria of purchasing at least once, which was then subjected to regression analysis. The purposive sampling technique was used to select MSME customers for the furniture industry in Mulyoharjo Village. Testing the validity and reliability as a question for each variable is examined in the first stage. To find out the impact of advertising, personal selling, sales promotion, and publicity on purchasing decisions in (Study of Furniture UKM in Mulyoharjo Village) the second stage of testing. The results showed that the decision to purchase furniture products in Mulyoharjo Village was positively and significantly influenced by the influence of advertising, personal selling, sales promotion and publicity. Furniture MSMEs in Mulyoharjo Village are expected, diligently update information on social media regarding furniture products and improve good communication with prospective customers and customers. So that it can improve purchasing decisions so that customer satisfaction occurs in buying furniture products.*

**Keywords:** *Advertising, personal selling, sales promotion, publicity, purchasing decisions*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Ruang Lingkup.....	12
1.3 Rumusan Masalah.....	12
1.4 Tujuan Penelitian .....	14
1.5 Manfaat Teoritis.....	14
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>16</b>
2.1 Tinjauan Pustaka .....	16
2.1.1 Definisi UMKM Industri Mebel .....	16
2.1.2 Keputusan Pembelian.....	17
2.1.2.1 Pengertian Keputusan Pembelian .....	17
2.1.2.2 Tahap-tahap Keputusan Pembelian .....	18

2.1.2.3 Indikator Keputusan Pembelian.....	20
2.1.3 <i>Advertising</i> .....	21
2.1.3.1 Pengertian <i>Advertising</i> .....	21
2.1.3.2 Jenis <i>Advertising</i> .....	22
2.1.3.3 Indikator <i>Advertising</i> .....	22
2.1.4 <i>Personal Selling</i> .....	23
2.1.4.1 Pengertian <i>Personal Selling</i> .....	23
2.1.4.2 Tahap <i>Personal Selling</i> .....	24
2.1.4.3 Tujuan <i>Personal Selling</i> .....	27
2.1.4.4 Indikator <i>Personal Selling</i> .....	28
2.1.5 <i>Sales Promotion</i> .....	30
2.1.5.1 Pengertian <i>Sales Promotion</i> .....	30
2.1.5.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi <i>Sales Promotion</i> .....	32
2.1.5.3 Tujuan <i>Sales Promotion</i> .....	33
2.1.5.4 Indikator <i>Sales Promotion</i> .....	34
2.1.6 <i>Publicity</i> .....	35
2.1.6.1 Pengertian <i>Publicity</i> .....	35
2.1.6.2 Tujuan <i>Publicity</i> .....	36
2.1.6.3 Jenis <i>Publicity</i> .....	37
2.1.6.4 Indikator <i>Publicity</i> .....	38
2.2 Pengaruh Antar Variabel.....	39
2.2.1 Pengaruh Antara <i>Advertising</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	39
2.2.2 Pengaruh Antara <i>Personal Selling</i> Terhadap Keputusan Pembelia. ....	40

2.2.3 Pengaruh Antara <i>Sales Promotion</i> Terhadap Keputusan Pembelia.	42
2.2.4 Pengaruh Antara <i>Publicity</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	43
2.3 Peneliti Terdahulu .....	44
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis .....	49
2.5. Hipotesis .....	50
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>51</b>
3.1 Rancangan Penelitian .....	51
3.2 Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional .....	51
3.2.1 Variabel Bebas (Independent Variable).....	51
3.2.2 Variabel Terikat ( Dependent Variable).....	53
3.2.2.1 Definisi Operasional Variabel.....	53
3.2.2.2 <i>Keputusan Pembelian</i> (Y).....	53
3.2.2.3 <i>Advertising</i> (X1).....	54
3.2.2.4 <i>Personal Selling</i> (X2) .....	54
3.2.2.5 <i>Sales Promotion</i> (X3) .....	55
3.2.2.6 <i>Publicity</i> (X4).....	56
3.3 Jenis Data Dan Sumber .....	58
3.3.1 Jenis Data .....	58
3.3.2 Sumber Data.....	58
3.3.2.1 Data Primer.....	58
3.3.2.2 Data Sekunder.....	58
3.4 Populasi dan Sampel .....	59
3.4.1 Populasi.....	59

3.4.2 Sampel.....	59
3.5 Pengumpulan Data .....	60
3.6 Uji Instrumen .....	61
3.6.1 Uji Validitas .....	61
3.6.2 Uji Reliabilitas .....	62
3.7 Pengolahan Data.....	63
3.7.1 Editing.....	63
3.7.2 Coding.....	63
3.7.3 Pemberian Skor.....	63
3.7.4 Tabulating .....	64
3.8 Metode Analisis Data.....	64
3.8.1 Analisis Deskriptif .....	64
3.8.2 Uji Asumsi Klasik.....	65
3.8.2.1 Uji Normalitas.....	65
3.8.2.2 Uji Heteroskedastisitas .....	67
3.8.2.3 Uji Autokorelasi .....	67
3.8.2.4 Uji Multikolinieritas.....	68
3.8.3 Analisis Kuantitatif .....	68
3.8.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	69
3.8.3.2 Uji Hipotesis Parsial (t) .....	70
3.8.3.3 Uji Hipotesis Simultan (F).....	71
3.8.3.4 Analisis Koefisien Determinasi ( <i>Adjusted R Square</i> ).....	72
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>73</b>

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	73
4.1.1 Sejarah UMKM mebel .....	73
4.2 Penyajian Data .....	76
4.2.1 Deskripsi Responden.....	76
4.2.2.1 Analisis Deskriptif .....	79
4.2.2 Deskriptif Variabel Penelitian.....	79
4.2.2.2 Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	79
4.2.2.3 Variabel <i>Advertising</i> (X1) .....	81
4.2.2.4 Variabel <i>Personal Selling</i> (X2).....	82
4.2.2.5 Variabel <i>Sales Promotion</i> (X3).....	84
4.2.2.6 Variabel <i>Publicity</i> (X4).....	84
4.3 Uji Instrumen Data.....	87
4.3.1 Uji Instrumen Validitas .....	87
4.3.2 Uji Instrumen Reliabilitas .....	92
4.4 Analis Data.....	93
4.4.1 Uji Asumsi Klasik.....	93
4.4.1.1 Uji Normalitas.....	93
4.4.1.2 Uji Heteroskedastisitas.....	95
4.4.1.3 Uji Autokorelasi .....	95
4.4.1.4 Uji Multikolinieritas.....	97
4.4.2 Analisis Regresi Berganda .....	97
4.4.2.1 Analisis Koefisien Determinasi ( <i>Adjusted R Square</i> ) .....	100
4.4.3 Pengujian Hipotesis.....	101

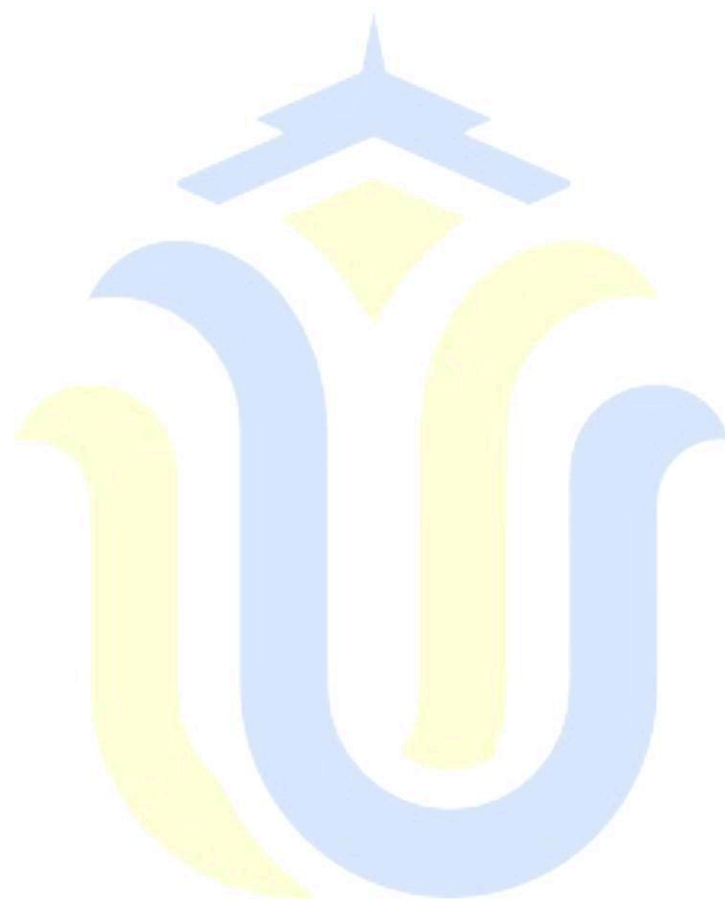
4.4.3.1 Uji t (Parsial).....	101
4.3.3.2 Uji F (Simultan) .....	105
4.5 Pembahasan.....	105
4.5.1 Ada pengaruh antara <i>advertising</i> terhadap keputusan pembelian pada UMKM mebel di Desa Mulyoharjo .....	106
4.5.2 Ada pengaruh antara <i>personal selling</i> terhadap keputusan pembelian pada UMKM mebel di Desa Mulyoharjo.....	106
4.5.3 Ada pengaruh antara <i>sales promotion</i> terhadap keputusan pembelian pada UMKM mebel di Desa Mulyoharjo.....	107
4.5.4 Ada pengaruh antara <i>publicity</i> terhadap keputusan pembelian pada UMKM mebel di Desa Mulyoharjo .....	109
4.5.5 Ada pengaruh secara simultan antara <i>advertising, personal selling, sales promotion, dan publicity</i> terhadap keputusan pembelian pada UMKM mebel di Desa Mulyoharjo .....	110
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>112</b>
5.1 Kesimpulan .....	112
5.2 Saran.....	113
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>114</b>
<b>KUESIONER.....</b>	<b>118</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>124</b>
<b>TURNITIN.....</b>	<b>152</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data UMKM Industri Mabel di Desa Mulyoharjo.....	6
Tabel 1,2 Hasil Skala UMKM dan Kriteria Jumlah Kerja.....	6
Tabel 1.3 Data Penjualan Industri Mebel Di Desa Mulyoharjo Jepara.....	8
Tabel 4.1 Pengelompokan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	76
Tabel 4.2 Pengelompokan Responden Berdasarkan Usia.....	77
Tabel 4.3 Pengelompokan Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	78
Tabel 4.4 Pengelompokan Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	78
Tabel 4.5 Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	80
Tabel 4.6 Deskriptif Variabel <i>Advertising</i> (X1).....	81
Tabel 4.7 Deskriptif Variabel <i>Personal Selling</i> (X2).....	83
Tabel 4.8 Deskriptif Variabel <i>Sales Promotion</i> (X3).....	84
Tabel 4.9 Deskriptif Variabel <i>Publicity</i> (X4) .....	86
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas <i>Keputusan Pembelian</i> (Y).....	87
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas <i>Advertising</i> (X1).....	88
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas <i>Personal Selling</i> (X2).....	89
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas <i>Sales Promotion</i> (X3) .....	90
Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas <i>Publicity</i> .....	91
Tabel 4.15 Hasil Uji Reliabilitas.....	92
Tabel 4.16 Hasil Uji Normalitas P-P Plot.....	94
Tabel 4.17 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	95
Tabel 4.18 Hasil Uji Autokorelasi .....	96
Tabel 4.19 Hasil Uji Multikolinieritas .....	97

Tabel 4.20 Hasil Regresi Berganda Terhadap Keputusan Pembelian.....	98
Tabel 4.21 Hasil Adjust R square .....	100
Tabel 4.22 Hasil Uji t Stastistic Parsial.....	102
Tabel 4.23 Hasil Uji F (Simultan).....	106



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis .....	49
--	----

