



**PENGARUH PERIKLANAN, PROMOSI PENJUALAN, DAN
PENJUALAN PERSONAL TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH
BIMBINGAN BELAJAR PADA RUMAH BELAJAR EMKA PINTAR
KECAMATAN TAYU KABUPATEN PATI**

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

Diajukan Oleh :

RENI TRI ASTITI

NIM. 201211283

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

TAHUN 2016

**PENGARUH PERIKLANAN, PROMOSI PENJUALAN, DAN
PENJUALAN PERSONAL TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH
BIMBINGAN BELAJAR PADA RUMAH BELAJAR EMKA PINTAR
KECAMATAN TAYU KABUPATEN PATI**

Skripsi ini telah di setujui dan di pertahankan di hadapan Tim Penguji Ujian
Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus

Kudus, Agustus 2016

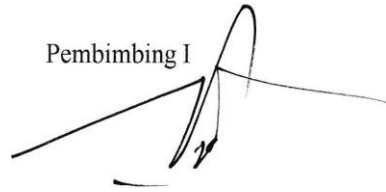
Mengetahui,
Ketua Progam Studi Manajemen



Noor Aziz, SE, MM

NIDN. 0609107501

Pembimbing I



Dr. Drs. Ag. Sunarno. H, SH, S.Pd, MM

NIDN. 131407005

Mengetahui,

Dekan



Dr. H. Mochammad Edris, Drs. MM

NIDN. 0618066201

Pembimbing II



Agung Subono, SE, M.Si

NIDN. 0520017602

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

Jika kamu bersungguh – sungguh, kesungguhan itu untuk kebaikanmu sendiri

(QS. Al-Ankabut:6).

Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sebelum mereka

mengubah keadaan diri mereka sendiri (QS. Ar-Ro'du: 11).



Persembahan :

Orang Tuaku yang tercinta (Bapak Suwadi dan Almh. Ibu Juliaturun) sebagai bukti kasih sayang dan hormatku.

Kakak tersayang (Antok Widodo dan Emi Setiyaning Yuli Astuti) yang selalu ada ketika dibutuhkan.

Rekan – rekan seperjuangan Ekm Extion (Ekonomi Manajemen) Angkatan 2012

Universitas Muria Kudus Tercinta

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji syukur ku panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat, serta hidayahnya, serta memberikan kemudahan bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi, sehingga tersusunlah skripsi yang berjudul **“Pengaruh Periklanan, Promosi Penjualan, dan Penjualan Personal Terhadap Keputusan Memilih Bimbingan Belajar pada Rumah Belajar Emka Pintar Kecamatan Tayu Kabupaten Pati”**. terselesaikan skripsi ini tidak mungkin tanpa berkat Allah SWT, serta bimbingan, dorongan dan bantuan dari berbagai pihak yang tak ternilai harganya, jasa baik mereka tidak dapat dilupakan. Dengan rasa syukur kepada Allah SWT, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Mochammad Edris, Drs, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus yang telah memberikan ijin untuk mengadakan penelitian.
2. Bapak Noor Aziz, SE. MM selaku Ketua Progam Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus.
3. Bapak Dr. Drs. Ag.Sunarno.H, S.H, S.Pd, MM selaku Dosen Pembimbing I dalam penyusunan skripsi ini.
4. Bapak Agung Subono, S.E, M.Si selaku Dosen Pembimbing II dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen serta Staff Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus.

6. Pengelola (Rina Wijayati, S.I.P) dan tentor Rumah Belajar Emka Pintar yang telah memberikan ijin penelitian serta memberikan masukan dalam penyusunan skripsi.
7. Bapak dan kakak yang tiada henti mendoakan, memberikan semangat dalam menyelesaikan studi dan penyusunan skripsi ini.
8. Teman – teman Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus Angkatan 2012 (Aksan Fauzi, Aminah Putri Oktavia, dan Mujiwati) yang telah membantu serta memberikan semangat dalam menyelesaikan studi dalam penyusunan skripsi ini.
9. Teman – teman seperjuangan dari awal semester sampai akhir semester yang telah memberikan semangat dan motivasi, serta semua pihak yang tidak bisa di sebutkan satu - persatu.

Semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi orang lain, dan senantiasa menambah wawasan, dan pengalaman baru yang dapat berguna bagi yang membaca. Demi kesempurnaan skripsi ini kritik dan saran yang membangun sangat di harapkan oleh peneliti.

Kudus, Agustus 2016

Penulis

RENI TRI ASTITI

NIM. 201211283

**PENGARUH PERIKLANAN, PROMOSI PENJUALAN, DAN
PENJUALAN PERSONAL TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH
BIMBINGAN BELAJAR PADA RUMAH BELAJAR EMKA PINTAR
KECAMATAN TAYU KABUPATEN PATI**

Nama :Reni Tri Astiti

NIM : 201211283

Pembimbing 1.Dr. Drs. Ag. Sunarno. H, SH, S.Pd, MM

2. Agung Subono, SE, M.Si

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI STUDI MANAJEMEN**

ABSTRAKSI

Penelitian ini mempunyai tujuan untuk meneliti pengaruh periklanan, promosi penjualan dan penjualan personal terhadap keputusan memilih bimbingan belajar pada Rumah Belajar Emka Pintar. Jenis data yang digunakan peneliti adalah data primer dan sekunder. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dan wawancara, populasi pada penelitian ini berjumlah 260, sedangkan sampel penelitian ini berjumlah 72 responden. Pengolahan datanya melalui *editing, scoring, tabulating*, dan proses input data ke komputer. Uji instrumen data dilakukan dengan uji validitas, dan uji reabilitas. Analisis data menggunakan analisis regresi uji t (uji parsial), uji F (uji berganda), dan analisis koefisien determinasi (*adjusted R square*).

Periklanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini terlihat dari nilai regresi 0.267 dengan t hitung 2.860 lebih besar dari t tabel (1.994), Promosi penjualan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Terlihat dari nilai regresi 0.306 dengan t hitung 3.276 lebih besar dari t tabel (1.994), Penjualan personal berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Terlihat dari nilai regresi 0.325 dengan t hitung 3.613 lebih besar dari t tabel (1.994), Periklanan, promosi penjualan dan penjualan personal berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih bimbingan belajar di Rumah Belajar Emka Pintar. Hal ini terlihat dari nilai signifikansi F hitung sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05.

Kata Kunci : Periklanan, promosi penjualan, dan penjualan personal

**THE INFLUENCE OF ADVERTISING, SALES PROMOTION, AND
PERSONAL SELLING TO THE DECISION TO CHOOSE TUTORING IN
RUMAH BELAJAR EMKA PINTAR KECAMATAN TAYU KABUPATEN
PATI**

Name :Reni Tri Astiti

NIM : 201211283

Supervisor 1.Dr. Drs. Ag. Sunarno. H, SH, S.Pd, MM

2. Agung Subono, SE, M.Si

**UNIVERSITY MURIA KUDUS
ECONOMIC STUDIES FACULTY OF MANAGEMENT**

ABSTRACT

*The objective of this study was to investigate the influence of advertising, sales promotion, and personal selling to the decision to choose tutoring in Rumah Belajar Emka Pintar. The data used by researchers is the primary data and secondary data. Methods of data collection using questionnaires and interviews, the population in this study amounted to 260, while the study sample was 72 respondents. Processing the data through editing, scoring, tabulating, and process input data to the computer. Test instrument data is possible by means the validity and reliability testing. Analysis of data using regression analysis *t* test (partial test), *F* test (multiple testing), and coefficient of determination (adjusted *R*-square).*

*Advertising significant effect on customer satisfaction. It is seen from the regression of 0.267 with 2,860 *t* is greater than *t* table (1,994), sales promotion significant effect on customer satisfaction. Seen from the regression 0.306 with 3,276 *t* is greater than *t* table (1994), Personal selling significant effect on customer satisfaction. Seen from the regression 0.325 with 3,613 *t* is greater than *t* table (1,994), Advertising, sales promotion and personal selling significantly influence the decision to choose tutoring in Rumah Belajar Emka Pintar. This is evident from the significant value *F* arithmetic of 0.000 is less than 0.05.*

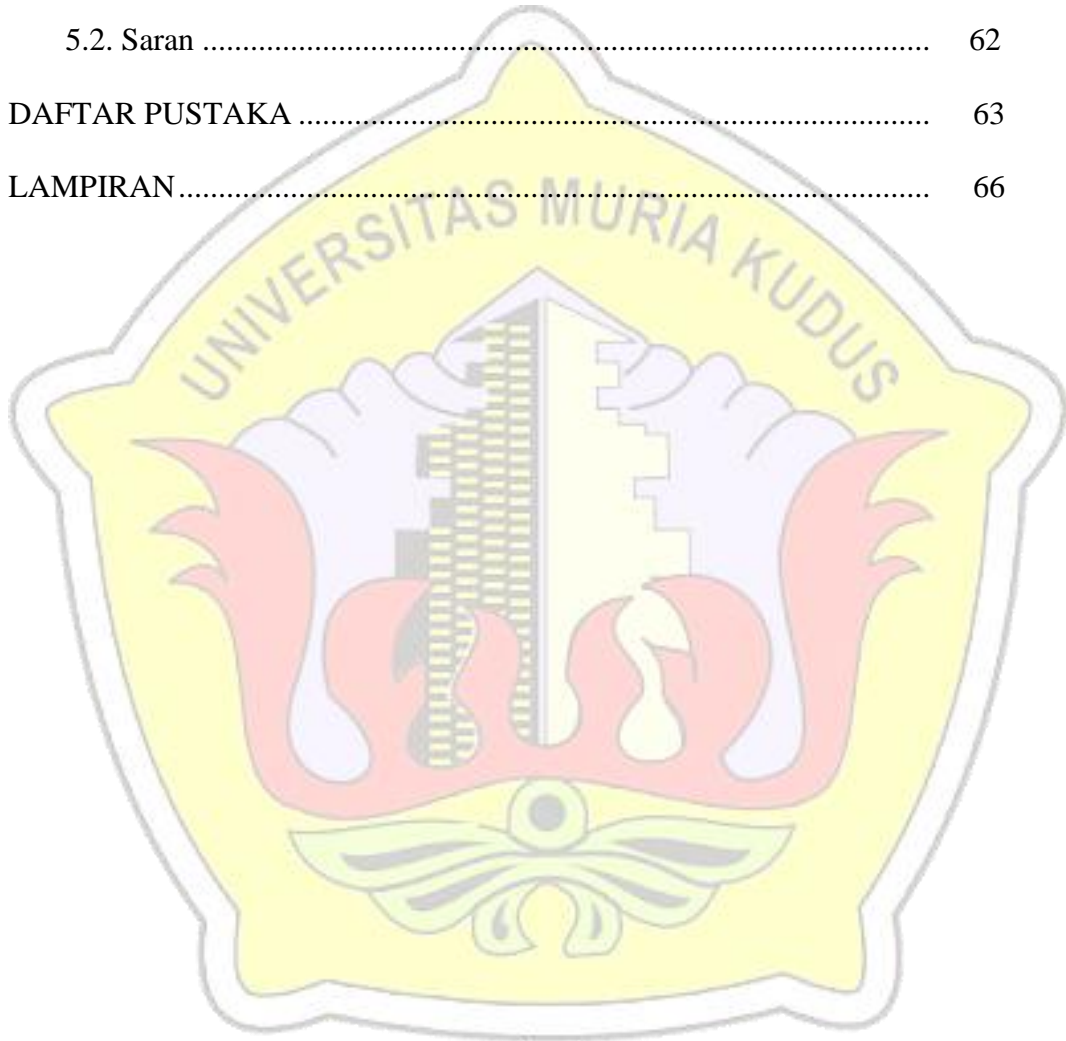
Keywords: Advertising, sales promotion, and personal selling.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAKSI	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Ruang Lingkup	4
1.3. Perumusan Masalah.....	4
1.4. Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat penelitian	6
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1. Pengertian Pemasaran.....	7
2.2. Bauran Promosi	8
2.3. Periklanan	9
2.4. Promosi Penjualan	11
2.5. Penjualan Personal.....	14
2.6. Keputusan Pembelian	16

2.6.1. Pengertian Keputusan Pembelian	16
2.6.2. Proses Keputusan Pembelian.....	17
2.7. Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	19
2.8. Kerangka Pikir Teoritis.....	21
2.9. Hipotesis	23
BAB III. METODE PENELITIAN	24
3.1. Rancangan Penelitian.....	24
3.2. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	24
3.3. Jenis dan Sumber Data.....	28
3.4. Populasi dan Sampel Data	29
3.5. Pengumpulan Data.....	31
3.6. Uji Instrumen Data	32
3.7. Pengolahan Data	35
3.8. Analisis Data.....	36
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	40
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	40
4.2. Kajian Data	43
4.3. Analisis Regresi	51
4.3.1. Uji t.....	53
4.3.2. Uji F.....	54
4.3.3. Koefisien Determinasi	55

	Halaman
4.4. Pembahasan	56
BAB V. PENUTUP	61
5.1. Kesimpulan	61
5.2. Saran	62
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN	66



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1. Definisi Operasional	26
3.2. Jumlah Siswa	29
3.3. Hasil Uji Validitas	33
3.4. Hasil Uji Reliabilitas.....	34
3.5. Instrument Skala Likert	36
4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat/Pendidikan.....	44
4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Kelas.....	45
4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Kelompok Bimbingan..	45
4.5. Tanggapan Responden Tentang Periklanan (X1).....	46
4.6. Tanggapan Responden Tentang Promosi Penjualan (X2).....	47
4.7. Tanggapan Responden Tentang Penjualan Personal (X3).....	48
4.8. Tanggapan Responden Tentang Keputusan Memilih.....	49
4.9. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	50
4.10. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	52
4.11. Hasil Uji F	54
4.12. Hasil Uji Determinasi	55

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.2. Kerangka Pikir Teoritis	22
4.1. Struktur Organisasi	42

