

**PENGARUH KOMUNIKASI INTERPERSONAL SALESMAN, HARGA,
DAN PRODUK KOMPETITOR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK KOPIKO DI COSTUMER BASE RETAIL CV.TIRTA RAHARJA
KANTOR CABANG PONOROGO**

(Studi kasus pada costumer base retail CV.Tirta Raharja Ponorogo)



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat Guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Andri Mei Saputro

NIM : 19414968

Program Studi : Manajemen S1

FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS

MUHAMMADIYAH PONOROGO

2023

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Komunikasi Interpersonal Salesman, Harga dan Produk Kompetitor terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopiko di Costumer Base Retail CV. Tirta Raharja Kantor Cabang Ponorogo

Nama : Andri Mei Saputro

NIM : 19414968

TTL : Ponorogo, 18 Mei 1996

Program Studi : Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diujikan guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Ponorogo, 20 Juli 2023

Pembimbing I



Riawan, S. Pd., MM.

NIDN. 0705128502

Pembimbing II



Naning Kristiyana, SE. MM

NIDN. 0721117501

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

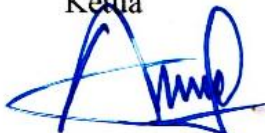


Dr. Hadi Sumarsono, SE., M.Si

NIP. 19760508 200501 1 002

Dosen Penguji

Ketua



(Riawan, S. Pd., MM)

NIDN. 0705128502

Sekretaris



(Dr. Sri Hartono, SE., MM)

NIDN. 0730127102

Anggota



(Dwi Warni W., SE., MM)

NIDN.0710048902

RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk Pengaruh Komunikasi Interpersonal Salesman, Harga dan Produk Kompetitor terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopiko di Costumer Base Retail CV. Tirta Raharja Kantor Cabang Ponorogo serta untuk mengetahui pengaruh Komunikasi Interpersonal Salesman, Harga dan Produk Kompetitor secara simultan terhadap Keputusan pembelian konsumen pada produk Kopiko di Costumer Base Retail CV. Tirta Raharja Kantor Cabang Ponorogo. Populasi dalam penelitian ini adalah Costumer Base Retail di CV. Tirta Raharja Kantor Cabang Ponorogo yang pernah melakukan pembelian. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 78 responden. Data dan hasil responden tersebut di olah menggunakan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Komunikasi Interpersonal Salesman (X1) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Costumer Base Retail (Y), Harga (X2) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Costumer Base Retail (Y), dan Produk Kompetitor (X3) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Costumer Base Retail (Y) di CV. Tirta Raharja Kantor Cabang Ponorogo.. Metode analisis penelitian ini menggunakan analisis Regresi Linier Berganda dengan bantuan program perangkat SPSS.

PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo 20 Juli 2023



Andri Mei Saputro
NIM. 19414968

KATA PENGANTAR

Puji syukur alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Komunikasi Interpersonal Salesman, Harga, dan Produk Kompetitor Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopiko di Costumer Base Retail CV.Tirta Raharja Kantor Cabang Ponorogo”. Skripsi ini disusun sebagai tanggung jawab penulis untuk menempuh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Skripsi ini penulis persembahkan kepada kedua orang tua tercinta, Bapak Rakim dan Ibu Marmi yang telah memberikan kasih sayang dan perhatian moril maupun materiil. Penulis menyadari bahwa penulisan ini tidak akan terwujud tanpa dukungan, bantuan, dan bimbingan dari pihak yang terkait. Oleh karena itu ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Dr. Hadi Sumarsono, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi yang telah memberikan ijin kepada penulis untuk melakukan penelitian.
2. Ibu Naning Kristyana, SE., MM selaku ketua Jurusan Manajemen serta dosen pembimbing 2 yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menempuh mata kuliah skripsi dan atas semua arahan dan masukannya selama ini..
3. Bapak Riawan, S.Pd., MM selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, masukan, pengarahan dan saran.

4. Bapak/ibu dosen dan staff di lingkungan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo, khususnya Jurusan Manajemen yang telah banyak membantu penulis untuk menyelesaikan tesis ini.
5. Teman-teman Prosus Manajemen K1 2019 yang senantiasa mendukung dan menemani selama perkuliahan di Jurusan Manajemen.
6. Semua pihak yang telah membantu kelancaran, memberikan doa dan semangat untuk menyelesaikan tesis ini yang tidak dapat penulis sebut satu per satu.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa memberikan balasan atas semua kebaikan dan keikhlasan hati yang telah banyak tercurah kepada penulis, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Penulis menyadari bahwa penulis skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang dapat membantu menyempurnakan tulisan. Semoga penulisan ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Ponorogo, 20 Juli 2023

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
RINGKASAN.....	ii
PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENELITIAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II.....	6
TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Kajian Pustaka	6
1. Manajemen Pemasaran.....	6
2. Strategi Pemasaran	7
3. Bauran Pemasaran.....	9
4. Komunikasi Interpersonal Salesman.....	14
5. Harga.....	19
6. Produk Kompetitor.....	23
7. Keputusan Pembelian.....	24
2.2 Penelitian Terdahulu	29
2.3 Kerangka Pemikiran	31
2.4 Hipotesis	32
BAB III	36
METODE PENELITIAN	36
3.1 Ruang Lingkup	36
3.2 Populasi dan Sampel.....	36
3.3 Data yang dibutuhkan	38

3.4 Metode Pengambilan Data.....	39
3.5 Definisi Operasional Variabel	40
3.6 Uji Instrumen	43
3.7 Uji Analisis Data.....	45
3.8 Uji Hepotesis.....	47
BAB IV	49
HASIL DAN PEMBAHASAN	49
4.1 Hasil Penelitian	49
1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	49
2. Gambaran Umum Responden	50
3. Analisis Deskriptif	54
4. Uji Instrumen Penelitian	58
5. Analisis Data	60
4.2 Pembahasan	69
BAB V	75
KESIMPULAN DAN SARAN	75
5.1 Kesimpulan	75
5.2 Saran	75
DAFTAR PUSTAKA	78



DAFTAR TABEL

Tabel 1	29
Tabel 2	31
Tabel 3	51
Tabel 4	52
Tabel 5	53
Tabel 6	54
Tabel 7	55
Tabel 8	56
Tabel 9	56
Tabel 10	57
Tabel 11	58
Tabel 12	59
Tabel 13	61
Tabel 14	63
Tabel 15	64
Tabel 16	68



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.....	65
Gambar 2.....	66
Gambar 3.....	67
Gambar 4.....	69

