

**PENGARUH *BRAND TRUST*, KUALITAS PRODUK DAN
PERSONAL SELLING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

YAKULT

(Pada Konsumen Padepokan Tari Langen Kusuma Ponorogo)



FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2020

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh *Brand Trust*, Kualitas Produk dan *Personal Selling* Terhadap Keputusan Pembelian Yakult (Pada Konsumen Padepokan Tari Langen Kusuma Ponorogo)

Nama : Niken Mandasari
NIM : 16413991
Tempat, Tanggal Lahir : Ponorogo, 20 November 1997
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, 25 Agustus 2020

Pembimbing I



Dra. Umi Farida, MM
NIDN. 0710016101

Pembimbing II



Naning Kristivana, SE., MM
NIDN. 0721117501

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi



Titi Rapi, SE., MM
NIK. 19630505 199001 11

Penguji I



Dra. Umi Farida, MM
NIDN. 0710016101

Dosen Penguji :
Penguji II



Drs. Ec. Purwanto, MM
NIDK. 8808523419

Penguji III



Drs. Setyo Adji, MM
NIDK. 8856080018

PENGARUH *BRAND TRUST*, KUALITAS PRODUK DAN *PERSONAL SELLING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN YAKULT

(Pada Konsumen Padepokan Tari Langen Kusuma Ponorogo)

Niken Mandasari (16413991)

Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *brand trust*, kualitas produk dan *personal selling* terhadap keputusan pembelian Yakult (pada konsumen padepokan tari langen kusuma). Penelitian ini dilakukan di Padepokan Tari Langen Kusuma karena banyak siswa dan walinya yang menunggu pada saat latihan, disana setiap satu bulan sekali ada sales lady Yakult yang menawarkan produknya dan secara tidak langsung wali murid di Padepokan Tari Langen Kusuma membeli dan sekaligus mengkonsumsi.

Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan menggunakan data primer berupa kuisioner. Populasi penelitian ini adalah wali murid dari siswa pada Padepokan Tari Langen Kusuma dengan jumlah sebanyak 140 orang. Sampel ditentukan melalui rumus dari Arikunto yang dalam penelitian ini peneliti mengambil sampel 25% dari 140 populasi jadi peneliti mengambil 35 sampel untuk dijadikan penelitian. Peneliti menggunakan aplikasi SPSS versi 18.0 sebagai alat untuk menguji. Metode analisis yang digunakan meliputi Uji Instrumen Data, Analisis Regresi, dan Pengujian Hipotesis.

Hasil penelitian ini secara parsial bahwa *Brand trust* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian produk Yakult pada konsumen Padepokan Tari Langen Kusuma Ponorogo. Kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian produk Yakult pada konsumen Padepokan Tari Langen Kusuma Ponorogo. *Personal selling* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian produk Yakult pada konsumen Padepokan Tari Langen Kusuma Ponorogo. Secara simultan *Brand trust*, kualitas produk dan *personal selling* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk Yakult pada konsumen Padepokan Tari Langen Kusuma Ponorogo.

Kata kunci : *Brand trust*, kualitas produk dan *personal selling* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk Yakult.

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah segala puji kehadirat Allah SWT, berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyusun skripsi yang berjudul “Pengaruh *Brand Trust*, Kualitas Produk dan *Personal Selling* Terhadap Keputusan Pembelian Yakult (Pada Konsumen Padepokan Tari Langen Kusuma Ponorogo)” ini dapat diselesaikanguna memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan ini masih jauh dari kata sempurna dengan segala keterbatasan yang ada penulis membutuhkan sumbangsih yang berupa kritik dan saran yang membangun. Selama penulisan skripsi ini tentunya penulis mendapat banyak bantuan dari berbagai pihak yang telah membimbing dan mendukung baik secara moril maupun materil. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Ibu Supadmi, S.Pd dan Bapak Edy Suroso serta keluarga tercinta yang selalu memberikan doa, motivasi, dan dukungan yang tiada henti sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.
2. Dr. Happy Susanto, MA. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo, yang telah memberi fasilitas untuk peneliti selama menempuh pendidikan di Universitas Muhammadiyah Ponorogo
3. Ibu Titi Rapini, SE. MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

4. Ibu Dra.Umi Farida, MM., selaku Ketua Program Studi Ekonomi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo dan Dosen Pembimbing I yang dengan sabar dan teliti memberi arahan kepada penulis demi kelancaraan penelitian mulai dari awal sampai terselesaikan skripsi ini.
5. Ibu Naning Kristiyana, SE., MM., selaku Dosen Pembimbing II yang dengan sabar membimbing, banyak memberi saran dan arahan yang bermanfaat dalam penulisan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang banyak memberikan bekal ilmu pengetahuan baik akademik maupun non akademik kepada penulis selama perkuliahan mulai dari semester satu sampai semester delapan.
7. Bapak Dedy Satya Amijaya, M.Sn., selaku pendiri Padepokan Tari Langen Kusuma dan seluruh wali murid yang telah berkenan membantu dalam menyelesaikan penelitian ini.
8. Keluarga besar Manajemen A angkatan 2016 yang senantiasa selalu bersama dan banyak memberikan kesan yang indah selama empat tahun ini.
9. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Rasa hormat bagi semua atas dukungan dan doanya semoga Allah SWT, membalas segala kebaikan yang telah Saudara sekalian berikan kepada penulis. Penulis mengharapkan skripsi ini dapat memberikan manfaat dan masukan bagi pembaca.

Ponorogo,

Niken Mandasari

MOTTO

“ELENG KUAT SLAMET”

Jika kita selalu ingat kepada Allah SWT, maka kita akan senantiasa diberi kekuatan lahir maupun batin dan keselamatan di dunia maupun di akhirat. Insyallah.

Aamiin.



PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR

KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah 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 atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang secara tertulis di dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 25 Agustus 2020



(Niken Mandasari)
NIM. 16413991

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Pengesahan.....	i
Ringkasan	ii
Kata Pengantar	iii
Pernyataan Tidak Melanggar Kode Etik	vi
Daftar Isi	vii
Daftar Tabel	x
Daftar Gambar.....	xi
Daftar Lampiran.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori	8
1. Pengertian Manajemen Pemasaran	8
2. Bauran Pemasaran.....	12
a. Pengertian Bauran Pemasaran	12
b. Alat Bauran Pemasaran	13
3. Produk	13
a. Pengertian Produk	13
b. Atribut Produk.....	14
c. Pengertian Merek.....	14
d. Tujuan Merek	14
e. Pengertian <i>Brand Trust</i>	16
f. Indikator <i>Brand Trust</i>	17
g. Pengertian Kualitas Produk	17

h. Indikator Kualitas Produk	18
4. Pengertian Bauran Promosi	18
a. Alat Promosi dan Bauran Promosi	19
b. Pengertian <i>Personal Selling</i>	20
c. Indikator <i>Personal Selling</i>	21
5. Perilaku Konsumen	21
a. Pengertian Perilaku Konsumen	21
b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	22
c. Pengertian Keputusan Pembelian	23
d. Indikator Keputusan Pembelian	24
6. Penelitian Terdahulu	21
7. Kerangka Pemikiran	26
8. Hipotesis	27

BAB III METODE PENELITIAN

A. Ruang Lingkup Penelitian	31
B. Populasi dan Sampel Penelitian	31
1. Populasi Penelitian	31
2. Sampel Penelitian	29
C. Metode Pengumpulan Data	32
D. Definisi Operasional Variabel	34
E. Metode Analisis Data	35
1. Uji Instrumen Data	35
a. Uji Validitas	36
b. Uji Reliabilitas	36
2. Alat Analisis Data	37
a. Regresi Linier Berganda	37
b. Koefisien Determinasi	38
c. Pengujian Hipotesis	39

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	41
---------------------------	----

1. Sejarah Singkat Perusahaan	41
2. Keadaan Wilayah Penelitian.....	42
B. Gambaran Umum Responden	43
C. Deskripsi Jawaban Responden	46
D. Uji Instrumen.....	52
1. Uji Validitas.....	52
2. Uji Reliabilitas	54
3. Analisis Regresi Linier Berganda	55
4. Analisis Koefisien Determinasi	56
5. Uji Hipotesis	57
E. Pembahasan	62
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	71
B. Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

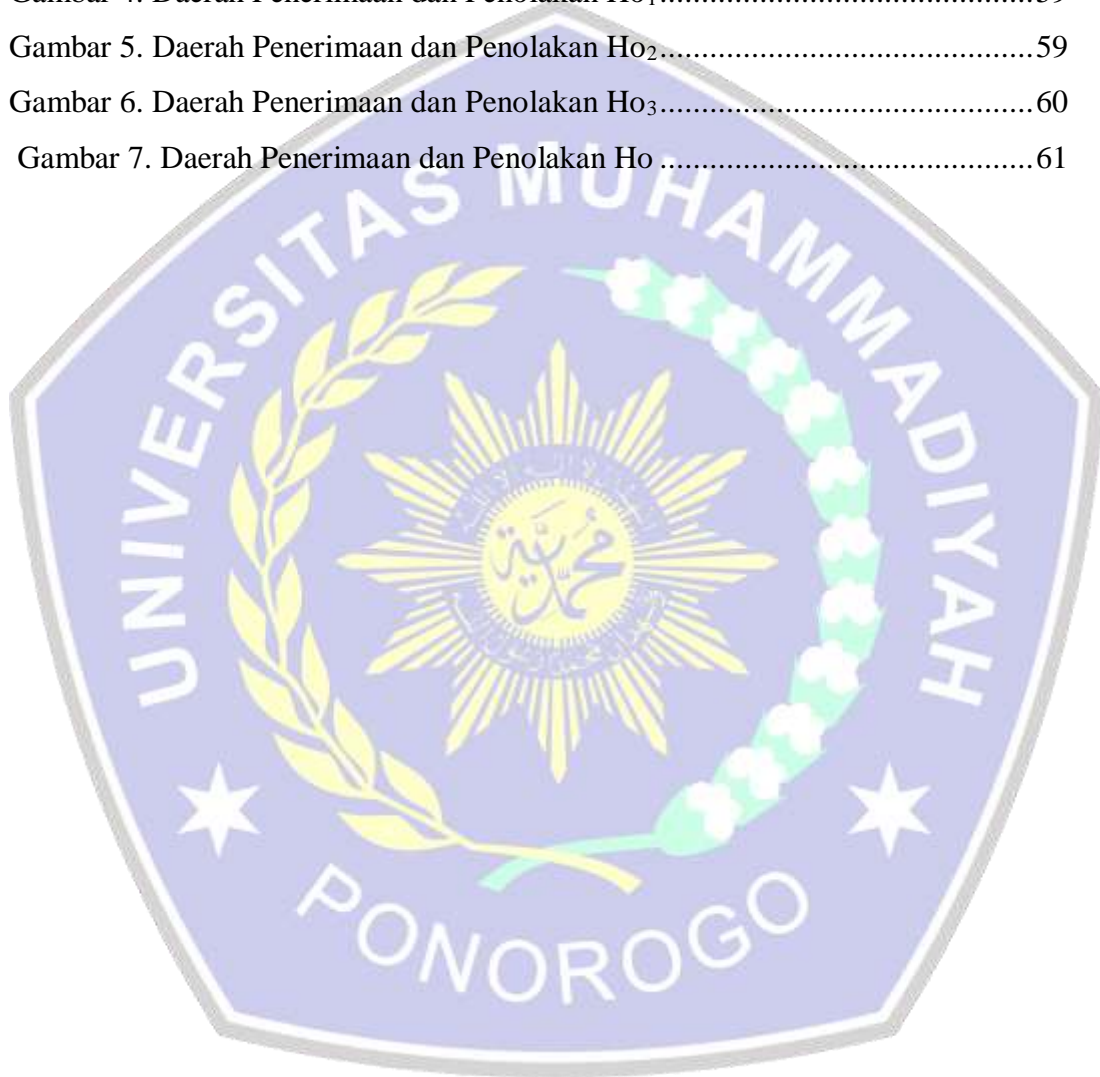
DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Penelitian Terdahulu	24
Tabel 2. Definisi Operasional Variabel	34
Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	45
Tabel 5. Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Brand Trust</i>	47
Tabel 6. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk.....	48
Tabel 7. Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Personal Selling</i>	49
Tabel 8. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian.....	51
Tabel 9. Hasil Uji Validitas	53
Tabel 10. Hasil Uji Reliabilitas	54
Tabel 11. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	55
Tabel 12. Hasil Analisis Determinasi.....	57
Tabel 13. Hasil Uji t	58
Tabel 14. Hasil Uji F	61



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Fungsi Manajemen Pemasaran	10
Gambar 2. Proses Pengevaluasian Kegiatan Pemasaran	12
Gambar 3. Kerangka Pemikiran Penelitian	27
Gambar 4. Daerah Penerimaan dan Penolakan H_{01}	59
Gambar 5. Daerah Penerimaan dan Penolakan H_{02}	59
Gambar 6. Daerah Penerimaan dan Penolakan H_{03}	60
Gambar 7. Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0	61



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 : Data Responden Penelitian
- Lampiran 3 : Tabulasi Data Penelitian
- Lampiran 4 : Profil Responden
- Lampiran 5 : Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 6 : Hasil Analisis Regresi
- Lampiran 7 : Hasil Koefisien Determinasi dan Hasil Uji Hipotesis
- Lampiran 8 : Tabel R
- Lampiran 9 : Tabel T
- Lampiran 10 : Tabel F
- Lampiran 11 : Berita Acara Bimbingan Skripsi

