

ABSTRAK

MINIMALIS *design* adalah perusahaan yang bergerak dibidang produksi, sekaligus penjualan produk furniture berupa meja, kursi, lemari, *kitchen set*, dan segala jenis *furniture* ruangan lainya yang berlokasi di Bandung. Untuk dapat memenangkan persaingan dan memperoleh pasar, maka diperlukan kegiatan pemasaran, salah satunya dengan melakukan *personal selling*.

Penelitian ini dilakukan di Bandung dengan menggunakan 100 responden pelanggan produk MINIMALIS *design* yang telah membeli dan menggunakan produk *furniture*, kemudian peneliti mengolah data tersebut dengan menggunakan alat statistic SPSS versi 17.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa MINIMALIS *design* telah melaksanakan kegiatan personal selling dengan baik, dengan terdapatnya hubungan yang kuat antara *personal selling* dengan minat beli konsumen. Hal ini menunjukan bahwa keberhasilan penjualan produk MINIMALIS *design* tidak terlepas dari peran *personal selling* yang dilakukan oleh wiraniaga perusahaan.

Dalam pelaksanaannya, kegiatan *personal selling* ini tidak selamanya efektif berkenaan dengan adanya beberapa kendala pemasaran baik yang bersifat umum maupun khusus, seperti: semakin bertambahnya jumlah pesaing.

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|---|---------|
| SURAT PERSETUJUAN | i |
| SURAT PERNYATAAN..... | ii |
| INTISARI | iii |
| KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH..... | iv |
| DAFTAR ISI | vi |
| DAFTAR TABEL | x |
| DAFTAR GAMBAR | xiv |

BAB I. PENDAHULUAN

| | |
|--|----|
| 1.1 Latar Belakang Penelitian | 1 |
| 1.2 Identifikasi Masalah | 6 |
| 1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian | 7 |
| 1.4 Kegunaan Penelitian | 7 |
| 1.5 Kerangka Pemikiran | 8 |
| 1.6 Sistematika Penulisan | 15 |

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

| | |
|----------------------------------|----|
| 2.1 Pemasaran | 16 |
| 2.1.1 Pengertian Pemasaran | 16 |
| 2.1.2 Manajemen Pemasaran | 17 |
| 2.2 Bauran Pemasaran | 19 |

| | |
|--|----|
| 2.2.1 Pengertian Bauran Pemasaran | 19 |
| 2.2.2 Unsur- unsur Bauran Pemasaran | 20 |
| 2.3 Bauran Promosi | 32 |
| 2.3.1 Pengertian Bauran Promosi | 32 |
| 2.3.2 Unsur-unsur Bauran Promosi | 33 |
| 2.4 Personal Selling | 37 |
| 2.4.1 Pengertian Personal Selling | 37 |
| 2.4.2 Sifat-sifat Personal Selling | 38 |
| 2.4.3 Tujuan Personal Selling | 38 |
| 2.4.4 Tugas-tugas Personal Selling | 39 |
| 2.4.5 Syarat-syarat Personal Selling | 40 |
| 2.4.6 Proses Personal Selling | 41 |
| 2.4.7 Kelebihan dan Kelemahan Personal Selling | 46 |
| 2.4.8 Mengembangkan Personal Selling | 47 |
| 2.5 Proses Keputusan Pembelian | 50 |
| 2.5.1 Perilaku Pembelian | 50 |
| 2.5.2 Tahap-tahap Proses Keputusan Pembelian | 51 |
| 2.6 Minat Beli | 54 |
| 2.6.1 Pengertian Minat Beli | 54 |
| 2.6.2 Unsur-unsur Minat Beli | 54 |
| 2.7 Pengembangan Hipotesis | 55 |

BAB III OBJEK PENELITIAN

| | |
|---|----|
| 3.1 Objek Penelitian | 56 |
| 3.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan | 56 |
| 3.1.2 Jenis-jenis Produk Yang Diproduksi dan Dipasarkan | 57 |
| 3.1.3 Daerah Pemasaran | 57 |
| | |
| 3.2 Metodologi Penelitian | 58 |
| 3.2.1 Desain Penelitian | 58 |
| 3.2.2 Operasional Variabel | 59 |
| 3.2.3 Populasi dan Sampel..... | 62 |
| 3.2.3.1 Kriteria Pemilihan Sampel..... | 62 |
| 3.2.3.2 Metode Pengambilan Sampel | 63 |
| 3.2.3.3 Jumlah Sampel | 63 |
| 3.2.4 Validitas dan Reliabilitas | 65 |
| 3.2.4.1 Uji Validitas | 65 |
| 3.2.4.2 Uji Reliabilitas | 65 |
| 3.2.5 Teknik Pengolahan Data | 66 |
| 3.2.6 Pengujian Hipotesis | 66 |
| 3.2.7 Koefisien Determinasi..... | 67 |

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

| | |
|---|-----|
| 4.1 Analisis Karakteristik Responden | 68 |
| 4.2 Analisis Pelaksanaan Personal Selling MINIMALIS design | 70 |
| 4.3 Analisis Tanggapan Responden Mengenai Minat Beli | 80 |
| 4.4 Uji Validitas dan Reabilitas | 91 |
| 4.4.1 Uji Validitas | 91 |
| 4.4.2 Uji Reabilitas | 95 |
| 4.5 Pengujian Hipotesis | 97 |
| 4.6 Pembahasan..... | 101 |

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

| | |
|----------------------|-----|
| 5.1 Kesimpulan | 107 |
| 5.2 Saran | 107 |

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 1.1 Tabel Volume Penjualan | 3 |
| Tabel 1.2 Data Transaksi Penjualan tahun 2008 | 4 |
| Tabel 2.1 Jenis Perilaku Pembelian..... | 51 |
| Tabel 4.1 Frekuensi Jenis Kelamin Responden | 68 |
| Tabel 4.2 Frekuensi Usia Responden | 69 |
| Tabel 4.3 Frekuensi Pekerjaan Responden | 69 |
| Tabel 4.4 Frekuensi Penghasilan Responden | 70 |
| Tabel 4.5 Wiraniaga mendatangi langsung calon konsumen | 70 |
| Tabel 4.6 Wiraniaga MINIMALIS <i>design</i> menawarkan berbagai macam produk ... | 71 |
| Tabel 4.7 Konsumen Mendapatkan Pelayanan pembelian dengan baik..... | 71 |
| Tabel 4.8 Karyawan MINIMALIS <i>design</i> Memiliki Pengetahuan Yang Luas Dalam Menjawab Pertanyaan-Pertanyaan..... | 72 |
| Tabel 4. 9 Peran Serta Wiraniaga Dalam Membantu Untuk Mendapatkan informasi Yang Dibutuhkan | 72 |
| Tabel 4.10 Konsumen Mendapatkan Banyak Masukan Yang Berhubungan Dengan Produk Yang Dibutuhkan | 73 |
| Tabel 4.11 Konsumen Merasakan Adanya Hubungan Yang Dekat Dengan Wiraniaga MINIMALIS <i>design</i> | 74 |
| Tabel 4.12 Sikap Wiraniaga yang hangat dan meyat dengan konsumen | 74 |
| Tabel 4.13 Wiraniaga Mengerti Setiap Perilaku Calon Konsumennya..... | 75 |
| Tabel 4.14 Wiraniaga MINIMALIS <i>design</i> Langsung Dapat Mengetahui | |

| | |
|--|----|
| Reaksi Dari Calon Konsumen Terhadap Penawaran Yang Diberikan..... | 76 |
| Tabel 4.15 Wiraniaga Sangat Mempengaruhi Keputusan Dalam Memilih Produk Yang Akan Dibeli Oleh Konsumen | 76 |
| Tabel 4.16 Konsumen Merasakan Wiraniaga sangat membantu perusahaan menunjukkan produk yang konsumen inginkan | 77 |
| Tabel 4.17 Setiap Keluhan Konsumen Dapat Diterima Oleh Perusahaan Dengan Adanya Wiraniaga..... | 78 |
| Tabel 4.18 Konsumen Dianggap Penting Keberadaannya | 78 |
| Tabel 4.19 Wiraniaga Dapat Lebih Memudahkan Dalam Menggarap Calon- Calon Konsumen..... | 79 |
| Tabel 4.20 Perusahaan Menyediakan Produk Yang Sesuai Dengan Kebutuhan Calon Konsumennya | 80 |
| Tabel 4.21 Melakukan Pembelian Di MINIMALIS <i>design</i> karena Produk Yang Disediakan Merupakan Produk Yang Penting | 80 |
| Tabel 4.22 Produk Yang Disediakan Memberi Manfaat Yang Banyak Pada Calon Konsumen..... | 81 |
| Tabel 4.23 Perusahaan Menyediakan Produk Yang Sesuai Dengan Kebutuhan Calon Konsumen | 82 |
| Tabel 4.24 Konsumen Melakukan Pembelian Terhadap Suatu Produk Yang Berkualitas | 82 |
| Tabel 4.25 Konsumen Melakukan Pembelian Terhadap Produk yang Banyak Digunakan Konsumen lain | 83 |
| Tabel 4.26 Konsumen Berminat Melakukan Pembelian Pada MINIMALIS | |

| | |
|---|----|
| design karena Produk Yang Dihasilkan Memiliki Keunggulan Lebih dibanding Produk Sejenis | 84 |
| Tabel 4.27 Konsumen Melakukan Pembelian Pada MINIMALIS design Karena Adanya Beragam Jenis Produk Yang Disediakan..... | 84 |
| Tabel 4.28 Konsumen Ingin Melakukan Pembelian Karena Bentuk Produknya Menarik..... | 85 |
| Tabel 4.29 Konsumen Ingin Melakukan Pembelian Jika Perusahaan Menciptakan Produk Baru | 86 |
| Tabel 4.30 Konsumen Ingin Melakukan Pembelian Jika Perusahaan Memberikan Jaminan Terhadap Produknya..... | 86 |
| Tabel 4.31 Konsumen Ingin Melakukan Pembelian Jika Perusahaan Selalu Menciptakan Inovasi Terhadap Produknya | 87 |
| Tabel 4.32 Konsumen Akan Membeli Produk MINIMALIS <i>design</i> | 88 |
| Tabel 4.33 Konsumen Akan Memakai Produk Yang Diproduksi Oleh MINIMALIS <i>design</i> | 88 |
| Tabel 4.34 Konsumen Akan Melakukan Pembelian Ulang | 89 |
| Tabel 4.35 Akan Menjadi Konsumen Setia MINIMALIS <i>design</i> | 90 |
| Tabel 4.36 Konsumen Akan Mengajak Konsumen Lain Untuk Memakai Produk Yang Diproduksi Di MINIMALIS <i>design</i> | 90 |
| Tabel 4.37 KMO and Bartlett's Test Awal | 91 |
| Tabel 4.38 KMO and Bartlett's Test Akhir..... | 92 |
| Tabel 4.39 Hasil Validitas Awal | 92 |
| Tabel 4.40 Hasil Validitas Akhir..... | 94 |

| | |
|---------------------------------------|-----|
| Tabel 4.41 Hasil Uji Reabilitas | 96 |
| Tabel 4.42 Anova | 98 |
| Tabel 4.43 Koefisien..... | 99 |
| Tabel 4.44 Adjusted R | 100 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 1.1 Skema Kerangka Pemikiran | 41 |
| Gambar 2.1 Langkah-langkah Utama dalam Penjualan yang Efektif | 41 |
| Gambar 2.2 Model Proses Personal Selling | 48 |
| Gambar 2.3 Proses Keputusan Pembelian | 54 |