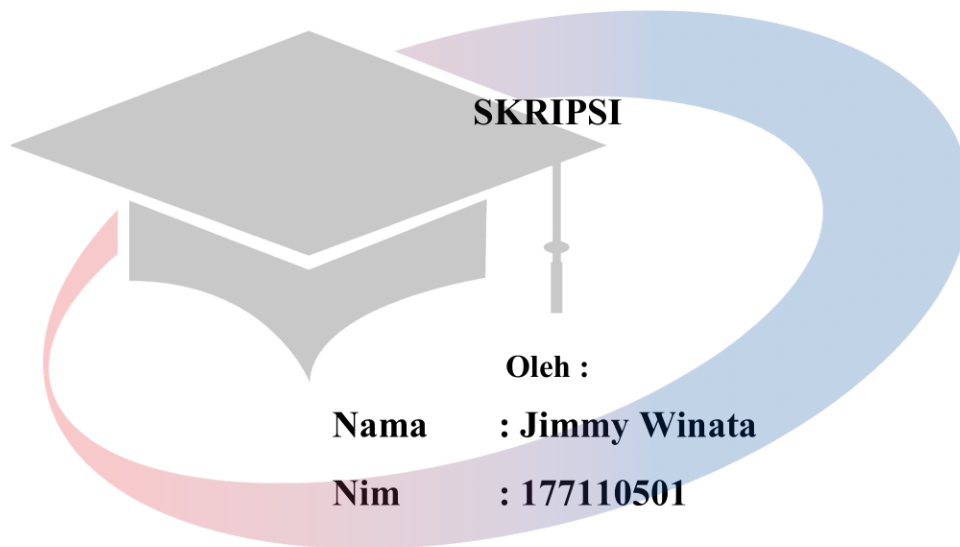


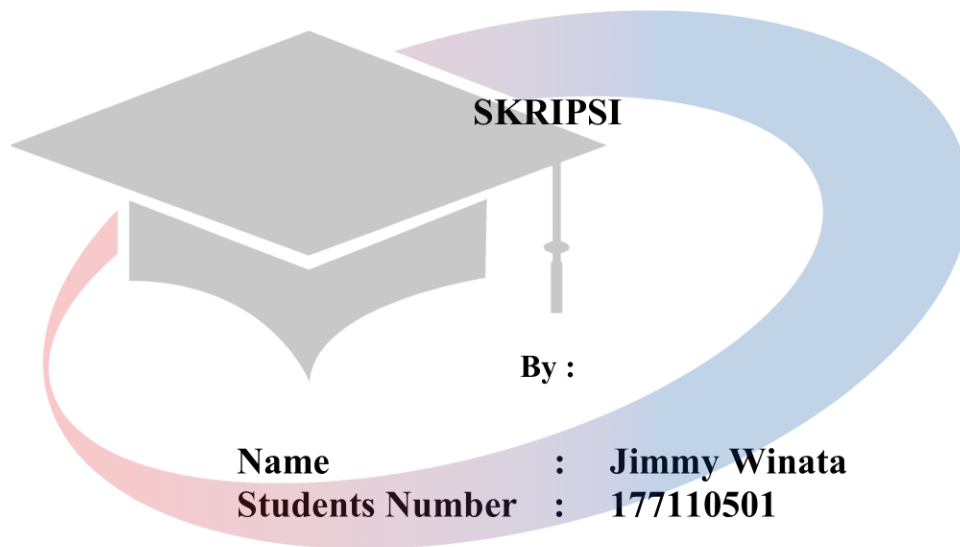
**PENGARUH *DIRECT SELLING*, PROMOSI DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
MOBIL HONDA PT ISTANA DELI KENCANA (IDK 1)
MEDAN DI TENGAH PANDEMI COVID 19**



UNIVERSITAS
MIKROSKIL

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
MIKROSKIL
MEDAN
2021**

**THE EFFECT OF DIRECT SELLING, PROMOTION AND
PRICE ON CONSUMER PURCHASE DECISIONS FOR
THE CAR OF HONDA PT ISTANA DELI KENCANA
MEDAN (IDK 1) IN THE MIDST OF THE
COVID 19 PANDEMIC**



UNIVERSITAS
MIKROSKIL



**STUDY OF MANAGEMENT
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
MIKROSKIL
MEDAN
2021**

LEMBARAN PENGESAHAN

**PENGARUH DIRECT SELLING, PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MOBIL HONDA PT ISTANA DELI KENCANA (IDK 1) MEDAN
DITENGAH PANDEMI COVID 19**

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan Guna
Mendapatkan Gelar Sarjana Strata Satu
Program Studi Manajemen

Oleh :

JIMMY WINATA

NIM : 17.711.0501

Disetujui oleh:

**UNIVERSITAS
MIKROSKIL**

Dosen Pembimbing I,
(William S.Kom., M.M.)

Medan, 18 Agustus 2021

Diketahui dan Disahkan Oleh :

Ketua Program Studi Manajemen,

(Apren Halomoan Hutasoit, S.E., M.Si.)

LEMBARAN PERNYATAAN

Saya yang membuat pernyataan ini adalah mahasiswa Program Studi S-1 Manajemen STIE-Mikroskil Medan dengan identitas mahasiswa sebagai berikut:

Nama Maha siswa : Jimmy Winata
NIM : 17.711.0501
Peminatan : Manajemen Pemasaran

Saya telah melaksanakan penelitian dan penulisan Tugas Akhir dengan judul dan tempat penelitian sebagai berikut:

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Direct Selling, Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Honda PT Istana Deli Kencana (IDK1) Medan Ditengah Pandemi Covid 19
Tempat Penelitian : PT Istana Deli Kencana
Alamat Tempat Penelitian : Jalan Adam Malik No. 85 Medan
No. Telepon Tempat Penelitian : 061-6610-610

Sehubungan dengan Tugas Akhir tersebut, dengan ini saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa **Penelitian dan Penulisan Tugas Akhir tersebut merupakan hasil karya saya sendiri dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar.** Bila di kemudian hari ternyata terbukti bahwa bukan saya yang mengerjakannya (membuatnya), maka saya bersedia dikenakan sanksi yang telah ditetapkan oleh STIE Mikroskil Medan, yakni **Pencabutan ijazah yang telah saya terima dan ijazah tersebut dinyatakan tidak sah.**

Selain itu, demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada STIE Mikroskil Medan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas Tugas Akhir saya beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak ini, STIE Mikroskil Medan berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya, secara keseluruhan atau hanya sebagian atau hanya ringkasannya saja dalam bentuk format tercetak dan/atau elektronik, selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Menyatakan juga bahwa saya akan mempertahankan hak eksklusif saya untuk menggunakan seluruh atau sebagian isi Tugas Akhir saya guna pengembangan karya di masa depan.

Demikian pernyataan ini saya perbuat dengan sungguh-sungguh, dalam keadaan sadar dan tanpa ada tekanan dari pihak manapun.

Medan, 23 Juli 2021

Saya yang membuat pernyataan,



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *direct selling*, promosi dan harga terhadap keputusan pembelian pada PT. Istana Deli Kencana (IDK 1). Metode pengumpulan data dengan kuesioner. Kuesioner di uji validitas dan reliabilitasnya sebelum melakukan pengumpulan data penelitian. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik dan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan *direct selling* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan t_{hitung} sebesar $7,674 >$ dari t_{tabel} $1,993$ dan nilai signifikan di bawah $0,05$ yaitu sebesar $0,000$. Sedangkan promosi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan t_{hitung} sebesar $4,674 >$ dari t_{tabel} $1,993$ dan nilai signifikan di bawah $0,05$ yaitu sebesar $0,000$. Untuk variabel harga secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan $-t_{hitung}$ sebesar $-3,776 <$ $-t_{tabel}$ $-1,993$. Secara simultan *direct selling*, promosi, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan F_{hitung} sebesar $60,458 >$ dari F_{tabel} $2,73$ dan nilai signifikan di bawah $0,05$ yaitu sebesar $0,000$. Besarnya pengaruh yang diberikan adalah sebesar $70,4\%$ sedangkan sisanya dipengaruhi faktor lain diluar penelitian ini.

Kata Kunci: *Direct Selling, Promosi, Harga*

UNIVERSITAS
MIKROSKIL

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of direct selling, promotion and price on purchasing decisions at PT. Deli Kencana Palace (IDK 1). Methods of collecting data with a questionnaire. The questionnaire was tested for validity and reliability before collecting research data. The data analysis technique in this study used the classical assumption test and multiple linear regression analysis. The results showed that direct selling partially positive and significant effect on purchasing decisions. This is evidenced by tcount of 7.674 > from ttable of 1.993 and a significant value below 0.05, which is 0.000. While promotion partially positive and significant effect on purchasing decisions. This is evidenced by tcount of 4.674 > from ttable of 1.993 and a significant value below 0.05, which is 0.000. For the price variable partially negative and significant effect on purchasing decisions with -tcount of -3.776 < -ttable -1.993. Simultaneously direct selling, promotion, price have a positive and significant effect on purchasing decisions. This is evidenced by the Fcount of 60.458 > from Ftable 2.73 and a significant value below 0.05, which is 0.000. The amount of influence given is 70.4% while the rest is influenced by other factors outside of this study.

Keywords: Direct Selling, Promotion, Price

UNIVERSITAS
MIKROSKIL

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan sebuah karya tulis dengan judul “Pengaruh Direct Selling, Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mobil Honda PT Istana Deli Kencan (IDK 1) Medan Ditengah Pandemi Covid 19” yang disusun sebagai syarat akademis untuk mendapatkan gelar Sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mikroskil Medan.

Dalam penulisan dan penyusunan tugas akhir atau skripsi ini, banyak kendala yang dihadapi penulis. Namun berkat motivasi, bimbingan dan bantuan dari segala pihak, maka akhirnya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Sehingga pada kesempatan ini, penulis dengan segala kerendahan hati ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak William S.Kom., M.M. selaku Pembimbing yang telah membimbing penulis selama proses penyelesaian tugas akhir ini, sekaligus Wakil ketua III STIE Mikroskil Medan
2. Bapak Nasrul Efendi, S.E., M.Si. selaku Pendamping yang telah membimbing penulis selama proses penyelesaian tugas akhir ini.
3. Bapak Ir. Mbayak Ginting, S.Kom., M.M. selaku Ketua STIE Mikroskil Medan.
4. Bapak Gunawan, S.Kom., M.T.I. selaku Wakil ketua I STIE Mikroskil Medan.
5. Bapak Djoni, S.Kom., M.T.I. selaku Wakil ketua II STIE Mikroskil Medan.
6. Bapak Andri, S.Kom., M.T.I. selaku Wakil ketua IV STIE Mikroskil Medan.
7. Bapak Apren Halomoan Hutasoit, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen STIE Mikroskil Medan dan selaku Dosen Wali.
8. Ibu Tya Wildana Hapsari Lubis, S.E., M.Si. selaku Sekretaris Program Studi Manajemen STIE Mikroskil Medan, dan juga selaku dosen wali dari penulis
9. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen STIE Mikroskil Medan yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis.
10. Seluruh responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner yang penulis bagikan, terima kasih atas kerja samanya.
11. Keluarga yang telah memberikan dukungan penuh kepada penulis selama proses penulisan tugas akhir ini.
12. Teman-teman seperjuangan penulis David, Kevin Huang, Suryadi Hung, Adrian Sunjaya, Winson, Frenni Novi Wijaya, Angel Susanty, Jusni Pristina, Luciana,

Febrina Margaret, Felicia Wijaya, Erika, Yenny, Wendy, Elisa Veronika serta teman seangkatan yang selalu memberi penulis masukan dan dukungan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

13. Teman-Teman yang mendukung penulis Lisa, Verindawaty, Keysen Karan, Ria Agustin, Mona Sintya, Juan Thomas, William, Santhania, Nova yang selalu memberi semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini
14. Pihak-pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, dan banyak kekurangan. Oleh karena itu, saran dan kritik yang bersifat membangun akan diterima dengan senang hati. Akhir kata penulis berharap semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat khususnya bagi Penulis sendiri dan bermanfaat bagi pembaca.

Medan, Juli 2021

Penulis,

UNIVERSITAS
MIKROSKIL

(Jimmy Winata)

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Ruang Lingkup.....	4
1.4 Tujuan Penelitian	4
1.5 Manfaat Penelitian	5
1.6 Originalitas	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori.....	7
2.1.1 Manajemen Pemasaran	7
2.1.2 Teori Keputusan Pembelian	8
2.1.2.1 Pengertian Keputusan Pembelian	8
2.1.2.2 Tahapan Proses Keputusan Pembelian	9
2.1.2.3 Indikator Keputusan Pembelian.....	11
2.1.3 Teori <i>Direct Selling</i>	11
2.1.3.1 Pengertian <i>Direct Selling</i>	11
2.1.3.2 Fungsi <i>Direct Selling</i>	12
2.1.3.3 Bentuk <i>Direct Selling</i>	12
2.1.3.4 Langkah <i>Direct Selling</i>	13
2.1.3.5 Indikator <i>Direct Selling</i>	14
2.1.4 Teori Promosi.....	15

2.1.4.1	Pengertian Promosi	15
2.1.4.2	Tujuan Promosi.....	15
2.1.4.3	Indikator Promosi.....	16
2.1.5	Teori Harga	17
2.1.5.1	Pengertian Harga.....	17
2.1.5.2	Penetapan Harga	17
2.1.5.3	Strategi Penetapan Harga	19
2.1.5.4	Tujuan Penetapan Harga	19
2.1.5.5	Metode Penetapan Harga	20
2.1.5.6	Peranan Harga.....	21
2.1.5.7	Indikator Penerapan Harga	23
2.2	<i>Review</i> Penelitian Terdahulu.....	23
2.3	Kerangka Konseptual	24
2.4	Pengembangan Hipotesis	26
2.4.1	Pengaruh <i>Direct Selling</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	26
2.4.2	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	26
2.4.3	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	27
2.4.4	Pengaruh <i>Direct Selling</i> , Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	27
BAB III	METODE PENELITIAN	30
3.1	Jenis Penelitian.....	30
3.2	Objek Penelitian.....	30
3.3	Populasi dan Sampel	30
3.3.1	Populasi.....	30
3.3.2	Sampel.....	31
3.4	Metode Pengumpulan Data	32
3.4.1	Studi Kepustakaan	33
3.5	Definisi Operasional Variabel.....	34
3.6	Metode Analisis Data	35
3.6.1	Analisis Kualitas Data.....	35

3.6.2	Analisis Statistik Deskriptif	36
3.6.3	Pengujian Kualitas Data	36
3.6.3.1	Uji Validitas	36
3.6.3.2	Uji Reliabilitas	36
3.6.3.3	Uji Asumsi Klasik	36
3.6.4	Analisis Regresi Linier Berganda	38
3.6.5	Pengujian Hipotesis	
3.6.5.1	Pengujian Secara Parsial	38
3.6.5.2	Pengujian Secara Simultan	39
3.6.5.3	Uji Koefisien Determinasi	39
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	40
4.1	Hasil Penelitian	40
4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan	40
4.1.2	Gambaran Umum Responden	48
4.1.3	Hasil Statistik Deskriptif	50
4.1.4	Hasil Uji Kualitas Data	52
4.1.4.1	Uji Validitas	52
4.1.4.2	Uji Reliabilitas	53
4.1.5	Uji Asumsi Klasik	53
4.1.5.1	Uji Normalitas	53
4.1.5.2	Uji Multikolinieritas	55
4.1.5.3	Uji Heteroskedastisitas	56
4.1.6	Analisis Regresi Linier Berganda	57
4.1.7	Hasil Uji Hipotesis	58
4.1.7.1	Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)	58
4.1.7.2	Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F) ...	59
4.1.7.3	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	60
4.2	Pembahasan	61
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	65
5.1	Kesimpulan	65
5.2	Saran Akademis	66

DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN	77
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	97



UNIVERSITAS MIKROSKIL

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Jumlah Konsumen PT. Istana Deli Kencana Medan	30
Tabel 3.2 Skala Pernyataan Kuesioner	33
Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel	34
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	48
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	49
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	49
Tabel 4.5 Statistik Dekskriptif Variabel <i>Direct Selling</i>	50
Tabel 4.6 Statistik Dekskriptif Variabel Promosi	50
Tabel 4.7 Statistik Dekskriptif Variabel Harga	51
Tabel 4.8 Statistik Dekskriptif Variabel Keputusan Pembelian	51
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Instrumen Pernyataan Variabel X dan Y	52
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Pernyataan Variabel X dan Y	53
Tabel 4.11 One Sample Kolmogorov Smirnov Test	55
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinieritas	55
Tabel 4.13 Hasil Uji Statistik <i>Glejser</i>	57
Tabel 4.14 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	57
Tabel 4.15 Hasil Pengujian Parsial (Uji-t)	59
Tabel 4.16 Hasil Pengujian Simultan (Uji-F)	60
Tabel 4.17 Uji Koefisien Determinan (R^2)	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	25
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	41
Gambar 4.2 Grafik Histogram.....	53
Gambar 4.3 Grafik <i>Normal P-P Plot of Regression</i>	54
Gambar 4.4 Grafik <i>Scatterplot</i>	56



UNIVERSITAS MIKROSKIL

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	70
Lampiran 2 Tabulasi Data Uji Validitas dan Reliabilitas	74
Lampiran 3 Hasil Analisis Data Validitas <i>Direct Selling</i> (X_1).....	78
Lampiran 4 Hasil Analisis Data Reliabilitas <i>Direct Selling</i> (X_1).....	78
Lampiran 5 Hasil Analisis Data Validitas Promosi (X_2).....	79
Lampiran 6 Hasil Analisis Data Reliabilitas Promosi (X_2).....	79
Lampiran 7 Hasil Analisis Data Validitas Harga (X_3).....	80
Lampiran 8 Hasil Analisis Data Reliabilitas Harga (X_3).....	80
Lampiran 9 Hasil Analisis Data Validitas Keputusan Pembelian (Y)	81
Lampiran 10 Hasil Analisis Data Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)	81
Lampiran 11 Tabulasi Angket Responden.....	82
Lampiran 12 Hasil Uji Normalitas	94
Lampiran 13 Hasil Uji Heteroskedastisitas Grafik Scatterplot.....	95
Lampiran 14 Hasil Uji Analisis Regresi Linier.....	95

UNIVERSITAS
MIKROSKIL