

**PENGARUH PERIKLANAN, *PERSONAL SELLING*, *WORD OF MOUTH*,  
DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL  
TOYOTA AVANZA**

(Studi Empiris Pada Auto 2000 Madiun)

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat

Memperoleh gelar Sarjana Strata 1



**Oleh:**  
**Nama : Yolanda Eunike Christy**  
**NIM : 51414045**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA MADIUN  
2019**

Skripsi berjudul

**PENGARUH PERIKLANAN, *PERSONAL SELLING*, *WORD OF MOUTH*,  
DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL  
TOYOTA AVANZA**

**(Studi Empiris pada Auto 2000 Madiun)**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

**YOLANDA EUNIKE CHRISTY (51414045)**

Telah disetujui dan diterima baik oleh pembimbing skripsi Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Madiun, guna melengkapi sebagai  
tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen.

Madiun, 10 Januari 2019

Disetujui dan diterima baik oleh:

Pembimbing



**Dra. Dvah Kurniawati, M.Si**

**NIDN. 0713126601**

Mengetahui,

Dekan  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unika  
Widya Mandala Madiun



Ketua Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unika  
Widya Mandala Madiun



Skripsi berjudul

**PENGARUH PERIKLANAN, *PERSONAL SELLING*, *WORD OF MOUTH*,  
DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL  
TOYOTA AVANZA**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

**YOLANDA EUNIKE CHRISTY (51414045)**

Telah dipertahankan di depan tim penguji dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima, guna melengkapi sebagai tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen

Madiun, 19 Januari 2019

Tim Penguji Skripsi

1. **Veronika Agustini SM., S.E, M.Si**  
NIDN. 0717087201

(  )

2. **Vivi Ariyani, S.E., M.Sc.**  
NIDN. 0717128001

(  )

3. **Dra. Dyah Kurniawati, M. Si**  
NIDN. 0713126601

(  )

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang telah saya tulis dengan judul “ Pengaruh Periklanan, *Personal Selling*, *Word Of Mouth*, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza Studi Empiris pada Auto 2000 Madiun” tidak memuat karya orang lain atau bagian dari karya orang lain kecuali yang telah disebutkan dalam daftar pustaka selayaknya karya ilmiah.

Jikalau ternyata terbukti hasil jiplakan, dengan sendirinya skripsi saya batal dan saya bersedia gelar saya dicabut serta hak saya sebagai mahasiswa ditiadakan

Madiun, 10 Januari 2019



Yolanda Eunike Christy

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

*“ Tugas kita bukanlah untuk berhasil. Tugas kita adalah untuk mencoba, karena didalam mencoba itulah kita menemukan dan belajar membangun kesempatan untuk berhasil”*

**-Mario Teguh-**

*“Hadapi segala rintangan dan jangan pernah hilang harapan karena ketika kamu masih punya harapan disitulah kamu memiliki masa depan”*

**-Merry Riana-**

Penulis mempersembahkan karya ini untuk:

- ♥ Ayah dan Ibu Tercinta
- ♥ Adikku Tersayang
- ♥ Keluarga besarku
- ♥ Sahabat dan teman-temanku
- ♥ Almamaterku

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh periklanan, *personal selling*, *word of mouth*, dan citra merek terhadap keputusan pembelian mobil Toyota Avanza di Auto 2000 Madiun. Populasi dalam penelitian adalah pembeli mobil Toyota Avanza tahun 2018 dengan jumlah sampel 31 dengan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial periklanan, *personal selling*, *word of mouth* dan citra merek berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian mobil Toyota Avanza. Maka yang harus dilakukan oleh perusahaan yaitu meningkatkan periklanan, *personal selling*, *word of mouth*, dan citra merek agar konsumen tertarik untuk melakukan pembelian.

Kata Kunci: **periklanan, *personal selling*, *word of mouth*, citra merek dan keputusan pembelian.**

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan petunjuk, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **Pengaruh Periklanan, *Personal Selling*, *Word Of Mouth*, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza (Studi Empiris Pada Auto 2000 Di Madiun)**. Penulisan laporan skripsi ini bertujuan untuk melengkapi gelar Sarjana Manajemen, Program Studi Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Madiun.

Penulisan skripsi ini tidak lepas dari doa, dukungan, bimbingan serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak – pihak yang telah membantu:

1. Bapak Mujilan, S.E., M.Sc., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Madiun.
2. Ibu Vivi Ariyani, S.E., M.Sc., selaku Ketua Progam Studi Manajemen Falkultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Madiun.
3. Ibu Dyah Kurniawati, M.Si., selaku pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan, saran, dan nasehat yang sangat berharga kepada penulis selama menyusun skripsi.
4. Ibu Veronika Agustini Srimulyani, S.E., M.Si selaku wali studi dan Bapak Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Madiun, Khususnya Progam Studi Manajemen yang telah

memberikan ilmu dan motivasi sehingga menjadi bekal bagi penulis dalam menyusun skripsi.

5. Pimpinan serta karyawan Auto 2000 yang telah memberikan izin pada penulis untuk melakukan penelitian.
6. Para responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner demi kelancaran penelitian ini.
7. Seluruh karyawan khususnya petugas perpustakaan dan TU Manajemen atas pelayanannya yang baik selama ini.
8. Ayah Jari Mintoadi, Ibu Lilik Endah Sukmawati dan Adik Bernike Eudia Christy yang telah memberikan doa, semangat, dukungan dan motivasi selama kuliah dan penyusunan skripsi.
9. Keluarga besar Karmin dan Lagijo yang selalu mendoakan dan memberi semangat.
10. Sahabatku tercinta Vani, Alvin, Dani, Fio, Juju, Unul, Santi, Gilbert, Hanip yang memberikan dukungan, semangat, dan berjuang sama – sama menyusun skripsi
11. Teman – Teman KKN Dukuh Jurug yang telah memberikan dukungan.
12. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyelesaian penulisan skripsi ini

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan karena adanya keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis. semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan,

Madiun, 10 Januari 2019  
Penulis,

Yolanda Eunike Christy

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS .....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
ABSTRAK .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Manfaat Penelitian .....	7
E. Sistematika Penulisan Laporan .....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HEPOTESIS .....	9
A. Telaah Teori .....	9
1. Pemasaran.....	9
2. Bauran Pemasaran .....	9
3. Bauran Promosi .....	10
4. Periklanan.....	10
5. <i>Personal Selling</i> .....	15
6. <i>Word Of Mouth</i> .....	19
7. Citra Merek.....	21
8. Keputusan Pembelian .....	24
B. Penelitian Terdahulu dan Pengembangan Hipotesis .....	27
1. Pengaruh periklanan terhadap keputusan pembelian .....	27

2.	Pengaruh <i>personal selling</i> terhadap keputusan pembelian.....	28
3.	Pengaruh <i>word of mouth</i> terhadap keputusan pembelian .....	29
4.	Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian .....	30
C.	Kerangka Konseptual .....	31
BAB III METODA PENELITIAN .....		32
A.	Desain Penelitian.....	32
B.	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel .....	33
C.	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel .....	33
1.	Variabel Penelitian .....	33
2.	Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran Variabel .....	34
D.	Lokasi dan Waktu Penelitian .....	36
E.	Data dan Prosedur Pengumpulan Data.....	37
F.	Teknik Analisis Data.....	38
1.	Uji Kualitas Data .....	38
2.	Uji Asumsi Klasik .....	39
3.	Pengujian Hipotesis .....	41
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....		44
A.	Data Penelitian .....	44
1.	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	44
2.	Karakteristik Responden .....	45
B.	Hasil Penelitian .....	50
1.	Deskriptif Variabel Penelitian .....	50
2.	Uji Kualitas Data .....	55
3.	Uji Asumsi Klasik .....	57
4.	Analisis Regresi Linier Berganda.....	59
5.	Koefisien Determinasi .....	61
6.	Uji Statistik t (Uji Parsial) .....	62
C.	Pembahasan.....	65

1. Pengaruh periklanan terhadap keputusan pembelian .....	65
2. Pengaruh personal selling terhadap keputusan pembelian .....	66
3. Pengaruh <i>word of mouth</i> terhadap keputusan pembelian .....	67
4. Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian .....	68
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>69</b>
A. Kesimpulan .....	69
B. Implikasi Manajerial .....	70
C. Keterbatasan Penelitian.....	71
D. Saran .....	72
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penjualan Mobil di Indonesia Tahun 2017 .....	2
Tabel 4. 1 Tabel Respon Rate .....	45
Tabel 4.2 Usia Responden.....	46
Tabel 4.3 Jenis Kelamin Responden .....	46
Tabel 4.4 Kota/Kab. Asal.....	47
Tabel 4.5 Pekerjaan Responden .....	48
Tabel 4.6 Pendidikan Terakhir Responden .....	48
Tabel 4.7 Penghasilan Responden .....	49
Tabel 4.8 Rentang Skala .....	50
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Tentang Periklanan .....	51
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Tentang <i>Personal Selling</i> .....	51
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Tentang <i>Word Of Mouth</i> .....	52
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Tentang Citra Merek .....	53
Tabel 4.13 Tanggapan Responden Tentang Keputusan Pembelian .....	54
Tabel 4.14 Uji Validitas .....	55
Tabel 4.15 Uji Realibilitas .....	56
Tabel 4.16 Uji Multikolonieritas .....	58
Tabel 4.17 Regresi Linier Berganda .....	59
Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	61

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian Konsumen .....	24
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual .....	31
Gambar 3.1 <i>Kurva Penerimaan dan Penolakan Hipotesis (Ho)</i> .....	43
Gambar 4.1 Uji Normalitas .....	57
Gambar 4.2 Uji Heterokedastisitas .....	59
Gambar 4.3 Kurva Penerimaan dan Penolakan Hipotesis Periklanan .....	63
Gambar 4.4 Kurva Penerimaan dan Penolakan Hipotesis <i>Personal Selling</i> .....	63
Gambar 4.5 Kurva Penerimaan dan Penolakan Hipotesis <i>Word Of Mouth</i> .....	64
Gambar 4.6 Kurva Penerimaan dan Penolakan Hipotesis Citra Merek .....	65