

**PENGARUH KOMUNIKASI PERSONAL SELLING DAN PEMAHAMAN PRODUK  
TERHADAP VOLUME PENJUALAN DI PT BINTANG KHARISMA JAYA II**

**Oleh :**

**Alen Prayoga**

**Skripsi**



**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE)  
MUHAMMADIYAH PRINGSEWU LAMPUNG  
TAHUN 2018**

**PENGARUH KOMUNIKASI PERSONAL SELLING DAN PEMAHAMAN  
PRODUK TERHADAP VOLUME PENJUALAN DI PT BINTANG  
KHARISMA JAYA II**

**Oleh :**

**Alen Prayoga**

**Skripsi**

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar  
SARJANA EKONOMI  
pada  
Jurusan Manajemen  
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Muhammadiyah**



**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE)  
MUHAMMADIYAH PRINGSEWU LAMPUNG  
TAHUN 2018**

## ABSTRAK

ALEN PRAYOGA, Pengaruh Komunikasi Personal Selling dan Pemahaman Produk terhadap Volume Penjualan Di PT Bintang Kharisma Jaya II Gisting Tahun 2018 ( di bawah bimbingan Bapak Drs. H. Suminto Affandi, M.M., sebagai Pembimbing kesatu dan Bapak Drs. Wagiyono, SE., M.M., sebagai Pembimbing kedua).Xiii + 61 halaman + 12 tabel dan lampiran.

Ada banyak faktor yang mempengaruhi volume penjualan sehingga perusahaan harus selalu membuat terobosan baru. Hal ini perlu dilakukan agar kelangsungan perusahaan dapat terjamin serta perusahaan mampu untuk dapat bersaing dalam pasar bebas. Perusahaan yang sudah merencanakan produk dengan baik, serta telah menentukan harga jualnya secara tepat, belum menjamin keberhasilannya dalam memasarkan produknya. Untuk itu, dibutuhkan adanya komunikasi antara pihak perusahaan dan konsumennya. Salah satu upaya yang dapat digunakan untuk mengenalkan produk atau jasa perusahaan adalah dengan menggunakan strategi Komunikasi Personal selling untuk meningkatkan volume penjualan.

Masalah penelitian ini adalah volume penjualan sepeda motor di PT. Bintang Kharisma Jaya II naik turun atau fluktuatif. Rumusan masalah penelitian ini adalah apakah ada pengaruh komunikasi *personal selling* terhadap volume penjualan sepeda motor honda di PT. Bintang Kharisma Jaya II Gisting?. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh komunikasi *personal selling* terhadap volume penjualan sepeda motor honda di PT. Bintang Kharisma Jaya II Gisting.

Metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Deskriptif eksploratif. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah dokumentasi dan kuesioner. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan di bagian marketing di PT. Bintang Kharisma Jaya II Gisting sebanyak 10 karyawan dan dijadikan sampel.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas dan uji reliabilitas. Berdasarkan hasil perhitungan, didapatkan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , sehingga hipotesis yang diajukan diterima yang berarti ada pengaruh Komunikasi *Personal Selling* dan Pemahaman Produk terhadap volume penjualan pada PT. Bintang Kharisma Jaya II Gisting Tahun 2018. Nilai R-Square sebesar 0,950 sehingga dapat disimpulkan bahwa Volume penjualan pada PT.

Bintang Kharisma Jaya II mampu jelaskan sebesar 95% dan sisanya sebesar 5% dijelaskan atau dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diidentifikasi dalam penelitian ini.

Judul Skripsi : **PENGARUH KOMUNIKASI PERSONAL SELLING DAN PEMAHAMAN PRODUK TERHADAP VOLUME PENJUALAN DI PT BINTANG KHARISMA JAYA II GISTING TAHUN 2018**

Nama Mahasiswa : **ALEN PRAYOGA**

No. Pokok Mahasiswa : 16010033P

Jurusan : Manajemen

Program Studi : Manajemen

Konsentrasi : Pemasaran

**MENYETUJUI**

1. Komisi Pembimbing

Pembimbing I

Pembimbing II

**Drs. H. Suminto Affandi, M.M.,  
M.M.,  
NIDN. 9902006077  
0202056102**

**Drs. Wagiyo,  
NIDN.**

2. Ketua Program Studi

**Atmi Saptarini, S.E., M.M.  
NIDN. 0211097301**

## MENGESAHKAN

### 1. Tim Penguji

Ketua :

Sekretaris :

Anggota : 1.

2.

### 2. Ketua STIE Muhammadiyah Pringsewu Lampung

**Sapto Yuwono, S.Pd., M.M**  
NIDN. 8803810016

## PERSEMBAHAN

Kupersembahkan skripsi ini kepada:

1. Kedua orang tua saya tercinta Ibunda Dra. Marsitum dan Ayahanda Drs. Sugiyono, yang tidak pernah lelah mendoakan serta mendukung untuk keberhasilan saya.
2. Kakak ku Siska Marviana, M.Pd dan Adikku Deka Marviana yang selalu memberikan doa dan semangat kepadaku.
3. Almamater STIE Muhammadiyah Pringsewu Lampung.

## MOTTO

"Bersikaplah kukuh seperti batu karang yang tidak putus-putus-nya dipukul ombak. Ia tidak saja tetap berdiri kukuh, bahkan ia menenteramkan amarah ombak dan gelombang itu." (*Marcus Aurelius*)

Kejujuran adalah kesederhanaan yang paling berharga ( *Alen Prayoga*)



## **RIWAYAT HIDUP**

Penulis lahir di Desa Wonoharjo Kecamatan Sumberejo Kabupaten Tanggamus pada tanggal 22 Mei 1993, anak kedua dari Tiga saudara pasangan dari Bapak Sugiyono dan Ibu Marsitum.

### **A. Riwayat Pendidikan**

Pendidikan yang pernah ditempuh adalah :

1. Sekolah Dasar Negeri 1 Wonoharjo, tamat pada tahun 2006.
2. Sekolah Mengengah Pertama Negeri 1 Sumberejo, tamat pada tahun 2009.
3. Sekolah Menengah Atas Negeri 1 Sumberejo, tamat pada tahun 2012.
4. Kuliah di Universitas Lampung Jurusan DIII Pemasaran, lulus tahun 2015.
5. Kuliah di STIE Muhammadiyah Pringsewu Lampung, Jurusan Manajemen Pemasaran masuk pada tahun 2016.

## KATA PENGANTAR

Penulis memanjatkan Puji syukur kehadirat Allah SWT karena berkat rahmat dan hidayahnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “**PENGARUH KOMUNIKASI PERSONAL SELLING DAN PEMAHAMAN PRODUK TERHADAP VOLUME PENJUALAN DI PT BINTANG KHARISMA JAYA II GISTING TAHUN 2018**”. Penulis tertarik meneliti variabel komunikasi *personal selling* dan pemahaman produk didasarkan pada penelitian yang penulis lakukan pada PT Bintang Kharisma Jaya II Gisting, bahkan kurang maksimalnya pengetahuan yang didapatkan oleh karyawan dibagian *personal selling*.

Penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, banyak menerima masukan dan saran yang berguna, baik yang bersifat langsung maupun tidak langsung dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Sapto Yuwono, S.Pd., M.M., selaku Ketua STIE Muhammadiyah Pringsewu Lampung.
2. Ibu Atmi Saptarini, S.E.,M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen STIE Muhammadiyah Pringsewu Lampung.
3. Bapak Drs. Suminto Affandi , M.M., selaku Pembimbing Satu yang telah sabar dalam memberikan petunjuk dan arahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Drs. Wagiyono, M.M., selaku Pembimbing Kedua yang telah sabar dalam memberikan petunjuk dan arahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak selaku Manager PT. Bintang Kharisma Jaya II Gisting beserta Karyawan yang telah memberikan tempat dan waktu penelitian kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen beserta Staff Karyawan STIE Muhammadiyah Pringsewu Lampung yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat.

7. Rekan-rekan Mahasiswa STIE Muhammadiyah Pringsewu yang telah membantu kelancaran penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari dalam penulisan skripsi masih banyak kekurangan baik isi maupun bentuknya. Untuk itu kritik dan saran yang bersifat sangat membangun dan penulis harapkan guna perbaikan penulisan dimasa datang.

Semoga semua amal baik Bapak, Ibu dan Saudara dibalas Allah SWT dengan pahala yang setimpal. Penulis berharap mudah-mudahan skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca umumnya.

Maret 2019

Pringsewu,

Penyusun,

Alen Prayoga  
NPM 16010033P

## DAFTAR ISI

	HALAMAN
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN ABSTRAK .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
HALAMAN MOTTO .....	vi
HALAMAN RIWAYAT HIDUP .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	4
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Ruang Lingkup Penelitian.....	5
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	6
BAB II       LANDASAN TEORI, KERANGKA PIKIR, DAN HIPOTESIS.....	7
A. Komunikasi Personaal Selling.....	7
1. Pengertian Komunikasi Personal Selling.....	7
2. Teknik Kemampuan Komunikasi Pesonal Selling.....	8
3. Ruang Lingkup kemampuan Komunikasi Personal Selling.....	11
4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kemampuan Komunikasi Personal Selling.....	12
B. Pemahaman Produk .....	15
1. Pengertian Pemahaman roduk.....	15
2. Kualitas Produk.....	16
3. Pemberian Label Produk .....	19
4. Strategi Produk.....	21

C. Volume Penjualan.....	25
1. Pengertian Volume Penjualan.....	25
2. Indikator volume penjualan.....	26
3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Volume Penjual.....	27
D. Kerangka Pikir.....	30
E. Hipotesis Penelitian .....	32
1. METODELOGI PENELITIAN.....	33
A. Metode Penelitian.....	33
B. Definisi Operasional Variabel.....	34
C. Metode Pengumpulan Data.....	36
D. Instrumen Penelitian.....	38
E. Populasi, dan sampel.....	40
F. Metode Analisis Data.....	42
2. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	43
A. Situasi dan Kondisi Tempat Penelitian.....	43
B. Pengumpulan dan Penyajian Data.....	47
C. Analisis Data.....	53
D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	58

3. KESIMPULAN DAN SARAN.....	60
A. Kesimpulan.....	60
B. Saran-saran.....	62
DAFTAR KEPUSTAKAAN.....	63
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	63

## DAFTAR TABEL

### Tabel

#### Halaman

1. Mengenai data penjualan motor PT. BintangKharisma Jaya II tahun 2018.....	3
2. Kisi-kisimatrikpengembangan instrument penelitian .....	34
3. Bobotpenelitianjumlahkuesioner.....	34
4. Hasilujivaliditaskuesionerpada 10 respondentryout.....	47
5. Hasilnilaireliabilitaskuesionerpada 10 respondentryout.....	49
6. Tanggapanrespondenkomunikasipersonal selling.....	50
7. Tanggapanrespondenpemahamanproduk .....	51
8. Tanggapanrespondententang volume penjualan .....	52
9. Rangkumanhasilanalisisregresi linier berganda.....	53
10. Hasiluji t.....	55
11. Hasiluji f.....	56
12. Koefisiendeterminasi.....	57

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Bagankerangkapikir.....	27
2. StrukturOrganisasi PT. BintangKharisma Jaya II.....	44



**PT. BINTANG KHARISMA JAYA II  
GISTING**

Jln. Raya Gisting, Gisting Kabupaten Tanggamus, Lampung 35378

---

**SURAT KETERANGAN**

Berdasarkan surat dari STIE Muhammadiyah Pringsewu Lampung tentang permohonan izin penelitian, dengan ini menerapkan;

Nama : Alen Prayoga  
NPM : 16010033P  
Program Studi : Manajemen  
Judul Penelitian : Pengaruh Komunikasi Personal Selling dan  
Pemahaman Produk  
terhadap Volume Penjualan di PT Bintang Kharisma  
Jaya II  
Gisting

Memberikan izin kepada nama tersebut diatas untuk dapat melaksanakan penelitian guna melengkapi persyaratan tugas skripsi.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

2018

Gisting, 3 September

Pimpinan

Agus Suwito

# **LAMPIRAN – LAMPIRAN**

## KISI – KISI SOAL KUESIONER

### PENGARUH KOMUNIKASI PERSONAL SELLING DAN PEMAHAMAN

PRODUK TERHADAP VOLUME

DI PT BINTANG

KHARISMA JAYA

NG

Studi kasus pada mahasiswa ST

diyah Pringsewu Lampung

tahu

No	Variabel	Indikator	Poin
1	Komunikasi <i>Personal Selling</i>	1. Tingkat pengetahuan 2. Sosiokultural 3. Atensi 4. Sikap 5. Persepsi	1 – 2 3 – 4 5 – 6 7 – 8 9 - 10
2	Pemahaman Produk	1. Merek 2. Kualitas produk 3. Variable produk 4. Desain produk 5. Layanan	11 – 12 13 – 14 15 – 16 17 – 18 19 - 20
3	Volume Penjualan	1. Mencapai volume penjualan 2. Mendapatkan laba tertentu 3. Menunjang pertumbuhan perusahaan	21 – 22 23 – 24 25 - 26