

HALAMAN MOTTO

“Hidup adalah perjalanan, nikmati setiap langkahnya”



HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini merupakan hasil dari pembelajaran selama perkuliahan dan saya persembahkan untuk:

1. Kepada diri saya sendiri yang telah berhasil menyelesaikan skripsi ini dengan maksimal serta mampu melewati segala proses sampai skripsi ini selesai.
2. Kedua orang tua saya, yaitu Ibu Arief Wahyuningsih dan Bapak Budi Sukamto yang selalu mendoakan serta memberikan dukungan berupa materi maupun imaterial.
3. Kakak-kakak saya yaitu Cici, Mas Putra, dan Ojan serta keluarga besar yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan motivasi dan dukungan materi selama proses penyelesaian skripsi ini.
4. Dosen pembimbing saya, Ibu Dr. Harini Abrilia Setyawati, M.Si yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan
5. Teman-teman saya, yaitu Mas Gan, Yuni, Fina, Defi dan Sabna yang senantiasa kebersamai serta memberikan bantuan, semangat dan canda tawa selama proses penyelesaian skripsi ini.

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *product variety*, *social media marketing*, dan *personal selling* terhadap keputusan pembelian produk Cimory di Kebumen. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Cimory di Kabupaten Kebumen dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling* dengan jumlah 100 responden. Pengumpulan data yang dilakukan yaitu dengan studi pustaka dan menyebar kuesioner. Analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis, dan analisis regresi linear berganda dengan menggunakan bantuan program *SPSS for windows versi 22.0*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: secara parsial *product variety* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, *social media marketing* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, *personal selling* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara simultan *product variety*, *social media marketing*, dan *personal selling* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien determinasi sebesar 38,6%.

Kata Kunci: *product variety*, *social media marketing*, *personal selling*, keputusan pembelian



ABSTRACT

This study aims to determine the effect of product variety, social media marketing, and personal selling on purchasing decisions for Cimory products in Kebumen. The population in this study were Cimory consumers in Kebumen Regency with purposive sampling technique with a total of 100 respondents. Data collection is done by literature study and distributing questionnaires. Data analysis used is validity test, reliability test, classical assumption test, hypothesis testing, and multiple linear regression analysis using the help of SPSS for windows version 22.0 program. The results showed that: partially product variety has a significant effect on purchasing decisions, social media marketing has a significant effect on purchasing decisions, personal selling has a significant effect on purchasing decisions. Simultaneously product variety, social media marketing, and personal selling have a significant effect on purchasing decisions with a coefficient of determination of 38.6%.

Kata Kunci: *product variety, social media marketing, personal selling, purchase decision*



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Product Variety*, *Social Media Marketing*, dan *Personal Selling* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cimory di Kebumen”**.

Penyusunan skripsi ini dilakukan untuk memenuhi syarat kelulusan agar memperoleh gelar Sarjana Strata-1 Program Studi Manajemen di Universitas Putra Bangsa, Kabupaten Kebumen. Skripsi ini menjadi tolak ukur keberhasilan penulis dalam mengimplementasikan ilmu yang telah didapat selama perkuliahan. Dalam penulisan skripsi ini, penulis melakukan analisis berdasarkan teori yang diperoleh dari beberapa literatur seperti buku, artikel, dan jurnal ilmiah.

Tersusunnya skripsi ini tidak lepas dari peran beberapa pihak yang membantu penulis dari awal sampai akhir, sehingga penulis mengucapkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada:

1. Ibu Dr.Harini Abrilia Setyawati, M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Kedua orang tua penulis yang selalu mendoakan serta memberikan dukungan berupa materi maupun imaterial.
3. Bapak/Ibu dosen, staff, dan karyawan Universitas Putra Bangsa.
4. Seluruh responden yang telah berpartisipasi dalam pengisian kuesioner penelitian penulis.

5. Teman-teman dan semua pihak yang telah membantu selama proses penyelesaian skripsi.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan kebaikan kepada semua pihak yang telah membantu penulis selama proses hingga skripsi ini selesai. Semoga skripsi ini dapat menambah pustaka keilmuan dan bermanfaat untuk pihak yang berkepentingan.



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUT DEPAN.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN.....	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME.....	v
HALAMAN MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
ABSTRAKSI.....	viii
ABSTRACT.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	12
1.3. Batasan Masalah.....	13
1.4. Tujuan Penelitian.....	15
1.5. Manfaat Penelitian.....	15
BAB II.....	17
KAJIAN PUSTAKA.....	17
2.1. Tinjauan Teori.....	17
2.1.1. Keputusan Pembelian.....	17
2.1.2. <i>Product Variety</i>	22
2.1.3. <i>Social Media Marketing</i>	25
2.1.4. <i>Personal Selling</i>	28
2.2. Penelitian Terdahulu.....	35

2.3.	Hubungan Antar Variabel	53
2.4.	Model Empiris	57
2.5.	Hipotesis	57
BAB III		58
METODE PENELITIAN		58
3.1.	Objek dan Subjek Penelitian	58
4.1.1.	Objek Penelitian	58
4.1.2.	Subjek Penelitian.....	58
3.2.	Variabel Penelitian	58
3.3.	Definisi Operasional Variabel	59
3.4.	Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	62
3.5.	Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	64
3.6.	Populasi dan Sampel	66
3.7.	Teknik Analisis.....	68
BAB IV		78
ANALISIS DAN PEMBAHASAN		78
4.1.	Analisis Deskriptif.....	78
4.1.1.	Gambaran Umum Perusahaan.....	78
4.1.2.	Karakteristik Responden.....	79
4.2.	Analisis Statistik.....	83
4.2.1.	Uji Instrumen	83
4.2.2.	Uji Asumsi Klasik.....	87
4.2.3.	Regresi Linier Berganda	90
4.2.4.	Uji Hipotesis	92
4.3.	Pembahasan	96
BAB V.....		100
SIMPULAN		100
5.1.	Simpulan.....	100
5.2.	Keterbatasan	101
5.3.	Implikasi.....	102
5.3.1	Implikasi Praktis	102

5.3.2 Implikasi Teoritis.....	103
DAFTAR PUSTAKA	107
LAMPIRAN.....	113



DAFTAR TABEL

Tabel I- 1 Top Brand Award Minuman Yogurt Tahun 2022-2024	3
Tabel I- 2 Merek Susu UHT yang Paling Sering Dikonsumsi Masyarakat Indonesia Setahun Terakhir (Februari 2023)	4
Tabel I- 3 Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Cimory di Kebumen	6
Tabel II - 1 Penelitian Terdahulu	48
Tabel III - 1 Indikator dan Distribusi Variabel Keputusan Pembelian	60
Tabel III - 2 Indikator dan Distribusi Variabel Product Variety	61
Tabel III - 3 Indikator dan Distribusi Variabel Social Media Marketing	61
Tabel III - 4 Indikator dan Distribusi Variabel Personal Selling	62
Tabel IV - 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat.....	80
Tabel IV - 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	81
Tabel IV - 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	81
Tabel IV - 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	82
Tabel IV - 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan	83
Tabel IV - 6 Hasil Uji Validitas Variabel Product Variety	84
Tabel IV - 7 Hasil Uji Validitas Variabel Social Media Marketing	85
Tabel IV - 8 Hasil Uji Validitas Variabel Personal Selling	85
Tabel IV - 9 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	86
Tabel IV - 10 Hasil Uji Reliabilitas Variabel.....	87
Tabel IV - 11 Uji Normalitas	88
Tabel IV - 12 Hasil Uji Multikolinearitas	89
Tabel IV - 13 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	89
Tabel IV - 14 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	90
Tabel IV - 15 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	93
Tabel IV - 16 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	95
Tabel IV - 17 Hasil Uji Koefisien Determinasi	96

DAFTAR GAMBAR

Gambar II - 1 Model Empiris.....	57
----------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I. Kuesioner	113
Lampiran II. Data Responden	117
Lampiran III. Tabulasi Data	120
Lampiran IV. Hasil Uji Validitas	125
Lampiran V. Hasil Uji Reliabilitas	129
Lampiran VI. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	132
Lampiran VII. Hasil Uji Regresi Linear Berganda	134
Lampiran VIII. Hasil Uji Hipotesis.....	135
Lampiran IX. Tabel r.....	136
Lampiran X. Tabel t	139
Lampiran XI. Tabel F.....	143
Lampiran XII. Kartu Konsultasi Skripsi.....	147
Lampiran XIII. Kartu Seminar.....	148

