

**ABSTRAK**

**Linda Safitri Oktafiani (212463) “Pengaruh Personal Selling Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Pada CM Jaya Motor Kudus”. Skripsi, Kudus : Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam Prodi Manajemen Bisnis Syariah STAIN Kudus 2017**

Tanggung jawab untuk strategi promosi penjualan seringkali memunculkan fungsi-fungsi pemasaran, seperti periklanan, penawaran produk, perencanaan produk dan penjualan. Dalam penelitian ini, peneliti akan memfokuskan pada personal selling dua arah yang terjadi antara karyawan dan bagian pelayanan dengan konsumen yang bertujuan untuk mempengaruhi proses pembelian konsumen tersebut. Selain peran *personal selling*, *store atmosphere* (suasana toko) juga turut andil dalam menciptakan psikis konsumen. Atmosphere berperan penting pada dealer motor CM Jaya Motor Kudus karena mempengaruhi suasana pada diri konsumen ketika menikmati layanan yang diberikan.

Metode penelitian ini menggunakan teknik *Accidental sampling* yaitu pengambilan sampel secara aksidental (*accidental*) dengan mengambil kasus atau responden yang kebetulan ada atau tersedia di suatu tempat sesuai dengan konteks penelitian. Adapun Sampel dalam penelitian ini sebanyak 79 orang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh antara *personal selling* terhadap keputusan pembelian. Ada pengaruh antara *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian.

***Kata Kunci : Personal Selling, Store Atmosphere, Keputusan Pembelian***

DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I : PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Batasan Masalah.....	5
C. Rumusan Masalah .....	5
D. Tujuan Penelitian.....	5
E. Manfaat Penelitian.....	6
F. Sistematika Penulisan.....	6
<b>BAB II : LANDASAN TEORI.....</b>	<b>8</b>
A. Personal Selling.....	8
1. Pengertian Personal Selling .....	8
2. Dimensi Personal Selling.....	11
3. Tujuan Personal Selling.....	12
B. Store Atmosphere.....	12
1. Pengertian Store Atmosphere .....	13
2. Dimensi-dimensi Store Atmosphere.....	14
C. Keputusan Pembelian.....	16
1. Pengertian Keputusan Pembelian .....	16
2. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian..	18
D. Hasil Penelitian Terdahulu .....	21

E. Kerangka Pemikiran.....	24
F. Hipotesis.....	24
<b>BAB III : METODE PENELITIAN .....</b>	<b>27</b>
A. Jenis dan Pendekatan Penenlitian.....	27
B. Populasi Dan Sampel .....	28
C. Tata Variable Penelitian .....	28
D. Definisi Operasional.....	29
E. Teknik Pengumpulan Data .....	31
F. Uji Validitas Dan Reliabilitas .....	32
G. Uji Asumsi Klasik .....	34
H. Analisis Data .....	35
<b>BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>38</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	38
1. Sejarah Singkat Perusahaan .....	38
2. Visi dan Misi Perusahaan .....	39
3. Strukur Organisasi.....	39
B. Analisis Data .....	42
1. Karakteristik Responden.....	42
2. Analisa Deskriptif.....	43
3. Analisa Data Kuantitatif .....	49
a. Uji Instrumen Penelitian.....	49
b. Uji Asumsi Klasik .....	52
c. Persamaan Regresi Linier Berganda.....	54
d. Uji Hipotesis .....	55
e. Koefisien Determinasi .....	56
C. Pembahasan dan Analisis .....	56
1. Pengaruh Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian.....	56
2. Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian...	57

<b>BAB V : PENUTUP .....</b>	<b>60</b>
A. Kesimpulan.....	60
B. Saran.....	60

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

**DAFTAR RIWAYAT PENDIDIKAN**

