

**PENGARUH *PERSONAL SELLING* DAN *COMPETITIVE PRICING*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PADA AYAM
GEPREK SAUS LELEH PADA UMKM DI KOTA SEMARANG)**

SKRIPSI

Memenuhi Persyaratan
Untuk Mencapai Derajat S-1
Program Studi Manajemen



Diajukan Oleh:

ABIYOZA DELVA RATALLA

NPM: 211003612012436

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SEMARANG**

2026



Edit with WPS Office

HALAMAN PENGESAHAN
PENGARUH *PERSONAL SELLING* DAN *COMPETITIVE PRICING* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PADA AYAM GEPREK SAUS LELEH PADA UMKM DI
KOTA SEMARANG)

Dipersiapkan dan Disusun Oleh :

ABIYOZA DELVA RATALLA

NPM: 211003612012436

Telah Disetujui Pembimbing

Pada Tanggal : 7 Maret 2026

Penguji 1

Pembimbing

Dra. Nurchayati, SE.MM.Akt, CA
NIDN. 0626046503

Drs. Ribut Musprihadi, SE., MM.
NIDN. 0601036502

Penguji 2

Drs. Heru Eko Prasetyo, MM
NIDN. 0622026601

Semarang, 2026

Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas 17 Agustus 1945 Semarang
Dekan,

Prof. Dr. Hikmah, SE,M,Si

NIDN. 0605066802



MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTO

“Tujuan Pendidikan itu untuk mempertajam kecerdasan, memperkuat kemauan, dan memperhalus perasaan, sehingga menciptakan individu yang sadar dan mampu berkontribusi pada Masyarakat.”

-Tan Malaka

“Tidak ada yang tidak mungkin selagi matahari masih bersinar”

-Abiyozza Delva Ratalla

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Ibu tercinta yang selalu mendukung setiap langkah perjalanan saya sehingga penulis bisa menyelesaikan pendidikan hingga skripsi ini dengan lancar.
2. Seluruh sahabat dan teman-teman seperjuangan di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Semarang, terima kasih atas kenangan dan kebersamaannya selama ini.
3. Terimakasih kepada Bapak/Ibu dosen pembimbing dan penguji yang telah memberikan bimbingan, arahan, waktu dan ilmu yang sangat berharga hingga terselesaikannya penelitian ini.



Judul : Pengaruh Personal Selling Dan Competitive Pricing Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Ayam Geprek Saus Leleh Pada Umkm Di Kota Semarang)

Title : *The Influence Of Personal Selling And Competitive Pricing On Purchase Decision (Study On Ayam Geprek Saus Leleh Sme In Semarang City)*

Nama : Abiyoza Delva Ratalla

Npm : 211003612012436

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Personal Selling* dan *Competitive Pricing* terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk Ayam Geprek Saus Leleh di Kecamatan Gajahmungkur, Kota Semarang. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada fenomena penurunan laju pertumbuhan penjualan Ayam Geprek Saus Leleh dari 15,5% pada tahun 2021 menjadi 1,0% pada tahun 2025, yang mengindikasikan perlunya evaluasi terhadap strategi pemasaran yang digunakan. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada 130 responden yang dipilih menggunakan metode *purposive sampling* dan *accidental sampling*. Data dianalisis menggunakan teknik regresi linear berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) *Personal Selling* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi sebesar $0,047 < 0,05$; (2) *Competitive Pricing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa kedua variabel independen tersebut secara bersama-sama memberikan kontribusi pengaruh sebesar 51,1 terhadap keputusan pembelian, sementara sisanya sebesar 48,9 dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian ini. *Competitive Pricing* teridentifikasi sebagai variabel yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian konsumen. Berdasarkan temuan ini, pihak UMKM disarankan untuk meningkatkan kualitas pelayanan personal dan mengelola strategi harga yang kompetitif guna mempertahankan daya saing di pasar kuliner.

Kata Kunci: *Personal Selling*, *Competitive Pricing*, Keputusan Pembelian, UMKM Kuliner.



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi dengan judul "pengaruh *Personal Selling* dan *Competitive Pricing* terhadap keputusan pembelian (studi pada ayam geprek saus leleh pada umkm di kota semarang)". Penelitian ini disusun untuk memenuhi sebagian syarat guna menyelesaikan program sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945. Dalam penyusunan proposal ini, penulis tidak lepas dari dukungan dan bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dra. Nurchayati,SE,MM,Ak.CA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945, yang telah memberikan dukungan selama penulis menempuh studi.
2. Bapak Drs. Galuh Yuniarto,SE, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen yang senantiasa memberikan dukungan, dan motivasi selama proses proposal ini.
3. Bapak Drs. Ribut Musprihadi, SE,. MM selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, masukan Proposal ini.

Penulis menyadari bahwa proposal ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka terhadap kritik dan saran yang membangun untuk kesempurnaan penelitian ini. Semoga proposal ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang membacanya dan dapat menjadi referensi yang berguna dalam perkembangan ilmu pengetahuan.

Semarang, 2026

Penulis

(Abiyoza Delva Ratalla)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
-------------------------------------	---



HALAMAN PENGESAHAN	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	I-1
1.1 Latar Belakang Penelitian	I-1
1.3 Pertanyaan Penelitian	I-5
1.4 Tujuan Penelitian	I-5
1.5 Manfaat Penelitian	I-5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	II-1
2.1. Telaah Teori	II-1
2.1.1 Pemasaran dan Manajemen Pemasaran	II-1
2.1.2 Keputusan Pembelian	II-3
2.1.3 Personal Selling	II-4
2.1.4 Competitive Pricing	II-6
2.2 Penelitian Terdahulu	II-7
2.3 Kerangka Pemikiran Teoretis dan Rumusan Hipotesis	II-9
2.3.1 Pengaruh <i>Personal Selling</i> terhadap Keputusan Pembelian	II-9
2.3.2 Pengaruh Competitive Pricing terhadap Keputusan Pembelian	II-10
BAB III METODE PENELITIAN	I-1
3.1 Populasi dan Sampel Penelitian	III-1
3.2 Variabel Penelitian dan Pengukuran Variabel	III-2
3.3 Metode Pengumpulan Data	III-3
3.4 Pengujian Instrumen Penelitian	III-5
3.4.1 Uji Validitas	III-5



<u>3.4.2 Uji Reliabilitas</u>	III-6
<u>3.5 Teknik Analisis Data</u>	III-7
<u>3.5.1 Analisis Deskriptif</u>	III-7
<u>3.5.2 Analisis Inferensial</u>	III-7
<u>3.5.3 Uji Normalitas</u>	III-8
<u>3.5.4 Uji Asumsi Klasik</u>	III-8
<u>3.5.5 Goodness Of Fit</u>	III-9
<u>3.5.6 Uji Hipotesis</u>	III-10
<u>4.1 Deskripsi Hasil Penelitian</u>	IV-1
<u>4.1.1. Deskripsi Responden</u>	IV-1
<u>4.2 Analisis Data</u>	IV-2
<u>4.2.2 Analisis Regresi Linear Berganda</u>	IV-5
<u>4.2.3 Uji Normalitas</u>	IV-7
<u>4.2.4 Uji Asumsi Klasik</u>	IV-8
<u>4.2.5 Goodnes Of fit</u>	IV-9
<u>4.2.6 Uji Hipotesis</u>	IV-11
<u>4.3 Pembahasan</u>	IV-12
<u>4.3.1. Pengaruh Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian</u>	IV-12
<u>4.3.1 Pengaruh <i>Competitive Pricing</i> Terhadap Keputusan Pembelian</u>	IV-13
<u>BAB V PENUTUP</u>	V-1
<u>5.1 Kesimpulan</u>	V-1
<u>5.2 Saran</u>	V-1
<u>DAFTAR PUSTAKA</u>	1
<u>LAMPIRAN</u>	3

