**DAFTAR ISI**

**KATA PENGANTAR i**

**DAFTAR ISI iv**

**DAFTAR TABEL vii**

**DAFTAR GAMBAR viii**

**ABSTRAK ix**

**BAB I PENDAHULUAN 1**

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Identifikasi Masalah 9

1.3 Batasan Masalah 10

1.4 Rumusan Masalah 10

1.5 Tujuan Penelitian 11

1.6 Manfaat Penelitian 12

**BAB II TINJAUAN PUSTAKA 14**

2.1 Tinjauan Pustaka 14

*2.1.1 Personal Selling 14*

2.1.1.1 Pengertian *Personal Selling*  14

2.1.1.2 Tujuan *Personal Selling 15*

2.1.1.3 Tipe *Personal Selling* 16

2.1.1.4 Fungsi *Personal selling 17*

2.1.1.5 Indikator *Personal Selling 18*

2.1.2 *Sales Promotion 19*

2.1.2.1 Pengertian *Sales Promotion 19*

2.1.2.2 Tujuan *Sales Promotion 20*

2.1.2.3 Alat alat *Sales promotion 20*

2.1.2.4 Indikator *Sales Promotion 22*

2.1.3 Distribusi 23

2.1.3.1 Pengertian *Distribusi 23*

2.1.3.2 Pelaku Kegiatan Distribusi 24

2.1.3.3 Jenis Distribusi 25

2.1.3.4 Strategi *Distribusi*  26

2.1.3.5 Indikator *Distribusi 27*

2.1.4 Keputusan Pembelian 28

2.1.4.1 Pengertain keputusan pembelian 28

2.1.4.2 Proses pengambilan keputusan 30

2.1.4.3 Factor faktor yang mempengarihi keputusan pembelian 32

2.1.4.4 Indikator keputusan pembelian 33

2.2 Penelitian Terdahulu 34

2.3 Kerangka Konseptual 37

2.4 Hipotesis 38

**BAB III METODE PENELITIAN 40**

3.1 Desain Penelitian 40

3.2 Populasi Dan Sampel 40

3.2.1 Populasi 40

3.2.2 Sampel 41

3.3 Lokasi dan Tempat Penelitian 42

3.3.1 Lokasi Penelitian 42

3.3.2 Waktu Penelitian 42

3.4 Variabel dan Indikator Penelitian 43

3.4.1 Variabel Penelitian 43

3.4.2 Indikator Penelitian 43

3.5 Instrumen Penelitian 45

3.6 Teknik Pengumpulan Data 46

3.7 Skala Pengukuran Data 46

3.8 Teknik Analisa Data 47

3.8.1 Uji Validitas dan Uji Relibilitas 48

3.8.1.1 Uji Validitas 48

3.8.1.2 Uji Relibilitas 49

3.8.2 Uji Asumsi Klasik 50

3.8.2.1 Uji Normalitas 50

3.8.2.2 Uji Multikolineritas 50

3.8.2.3 Uji Heteroskedastisitas 51

3.8.2.4 Analisis Regesi Linear Berganda 51

3.8.3 Pengujian Hipotesis 52

3.8.3.1 Uji Parsial (Uji t) 52

3.8.3.2 Uji Simultan (Uji F) 52

3.8.4 Uji Determinasi ( Uji R2 ) 53

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 54**

4.1 Gambaran Umum PT. Guardian Pharmatama Cabang Medan 54

4.1.1 Sejarah PT. Guardian Pharmatama Cabang Medan 54

4.2 Visi Dan Misi PT. Guardian Pharmatama Cabang Medan 54

4.2.1 Visi PT. Guardian Pharmatama Cabang Medan 54

4.2.2 Misi PT. Guardian Pharmata Cabang Medan 54

4.3 Struktur Organisasi PT. Guardian Pharmatama Cabang Medan 55

4.4 Tugas Dari Struktur Organisasi PT. Guardian Pharmatama Cabang Medan 56

4.5 Hasil Dan Penelitian 58

4.5.1 Deskripsi Karakteristik Responden 58

4.5.2 Deskripsi Jawaban Responden 61

4.6 Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas 67

4.6.1 Uji Validitas 67

4.6.2 Uji Reliabilitas 68

4.7 Hasil Uji Asumsi Klasik 69

4.7.1 Uji Normalitas 69

4.7.2 Uji Multikolonieritas 71

4.7.3 Uji Heteroskedastisitas 72

4.8 Analisis Linier Regresi Berganda 73

4.9 Uji t (Parsial) 74

4.10 Uji F (Simultan) 75

4.11 Uji Koefisien Determinasi 76

4.12 Pembahasan Hasil Penelitian 77

4.12.1 Pengaruh *Personal Selling* Terhadap Keputusan Pembelian 77

4.12.2 Pengaruh *Sales Promotion* Terhadap Keputusan Pembelian 78

4.12.3 Pengaruh Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian 79

4.12.4 Pengaruh Personal Selling, Sales Promotion Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian 80

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 82**

5.1 Kesimpulan 82

5.2 Saran 82

**DAFTAR PUSTAKA 84**

**DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1Hasil kuesioner Prasurvey Variabel *Personal Selling 3*

Tabel 1.2Hasil Kuesioner Prasurvey Variabel Sales Promotion 5

Tabel 1.3Hasil Kuesioner Prasurvey Variabel distribusi 6

Tabel 1.4Hasil Kuesioner Prasurvey Variabel Keputusan Pembelian 8

Tabel 2.1Penelitian Terdahulu 34

Tabel 3.1Jadwal Penelitian 42

Tabel 3.2Definisi Operasional Variabel 44

Tabel 3.3Skala Likert 47

Tabel 4.1 Jawaban Responden Berdasarkan 58

Tabel 4.2 Jawaban Responden Berdasarkan 59

Tabel 4.3 Jawaban Responden Berdasarkan 60

Tabel 4.4 Kriteria Skor Variabel 61

Tabel 4.5 Frekuensi Jawaban Responden Variabel *Personal Selling* (X1) 61

Tabel 4.6 Frekuensi Jawaban Responden Variabel *Sales Promotion* (X2) 63

Tabel 4.7 Frekuensi Jawaban Responden Variabel Distribusi (X3) 64

Tabel 4.8 Frekuensi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y)66Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas 68

Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas 96

Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas *One-Sampel Kolmogrov Smirnov Test* 71

Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolonieritas 72

Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Linear Berganda73Tabel 4.14 Hasil Uji t (Parsial) 74

Tabel 4.15 Hasil Uji F 75

Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisian Determinasi 76

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1Kerangka Konseptual 38

Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. Guardian Pharmatama Cabang Medan 55

Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 59

Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan 59

Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur 60

Gambar 4.5 Grafik Histogram 70

Gambar 4.6 Grafik Normal P-Plot 70

Gambar 4.7 : Grafik Scatter Plot 72

**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 01: Lembar Kuesioner 88

Lampiran 02: Data Responden 91

Lampiran 03: Tabulasi Data Sampel 94

Lampiran 04: Tabulasi Data Responden 98

Lampiran 05: Hasil Statistik Jawaban Responden 106

Lampiran 06: Hasil Uji Asumsi Klasik Dan Regresi Linear 111