

**PENGARUH *PERSONAL SELLING* DAN *DIRECT SELLING* TERHADAP
MINAT BELI MOTOR HONDA DI PT. MITRA PINASTHIKA MUSTIKA
PASURUAN**

SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun oleh :

SUFI ALFARISY

NPM: 2161201003076



UNIVERSITAS MERDEKA PASURUAN

FAKULTAS EKONOMI

2025

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Sufi Alfarisy
Nomor Pokok Mahasiswa : 2161201003076
Universitas : Merdeka Pasuruan
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Personal Selling* dan *Direct Selling*
Terhadap Minat Beli Motor Honda di PT. Mitra
Pinasthika Mustika Pasuruan

Pasuruan, 26 Juli 2025

DISETUJUI DAN DITERIMA

Dosen Pembimbing I



Dra. Agnes Ratna Pudyaningsih, M.M.

Dosen Pembimbing II



Nurul Akramiah, S.E., M.M.

Mengesahkan
Fakultas Ekonomi
Universitas Merdeka Pasuruan

Dekan



Dra. Agnes Ratna Pudyaningsih, M.M.

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen, pada tanggal 26 Juli 2025

TIM PENGUJI

- | | | |
|------------------------------------|--------------------|---|
| 1. Dr. Vita Fibriyani, S.Si, M.Si. | 1. Ketua..... |  |
| 2. Dra. A Ratna Pudyaningsih, MM. | 2. Sekretaris..... |  |
| 3. Nurul Akramiah, SE., MM. | 3. Anggota..... |  |

Mengesahkan
Fakultas Ekonomi
Universitas Merdeka Pasuruan



Dra. Agnes Ratna Pudyaningsih, M.M.

SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT
(ORISINALITAS)

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Sufi Alfariy

NPM : 2161201003076

Alamat Rumah : Perumahan Keboncandi Blok CC-27 RT 002 RW 014, Kel.

Karangsantul, Kec. Gondangwetan, Kab. Pasuruan, Jawa Timur

Dengan ini menyatakan Skripsi yang berjudul:

"Pengaruh *Personal Selling* dan *Direct Selling* terhadap Minat Beli Motor Honda di PT. Mitra Pinasthika Mustika Pasuruan" adalah hasil kerja tulisan saya sendiri bukan hasil plagiat dari Karya Tulis Ilmiah Orang lain baik berupa Artikel, Thesis ataupun Disertasi.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, jika dikemudian hari ternyata terbukti bahwa Skripsi yang kami tulis adalah hasil Plagiat maka kami bersedia menerima sanksi.

Dan saya bertanggung jawab secara mandiri tidak ada sangkut pautnya dengan Dosen Pembimbing dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan.

Pasuruan, 26 Juli 2025

Yang Membuat



Sufi Alfariy

KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyang, saya panjatkan puja dan puji syukur atas kehadiran-Nya, yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan inayah-Nya kepada saya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul ***Pengaruh Personal Selling dan Direct Selling terhadap Minat Beli Motor Honda di PT. Mitra Pinasthika Mustika Pasuruan.***

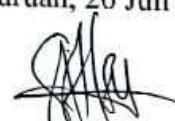
Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak skripsi ini tidak dapat tersusun. Oleh karena itu penulis sampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa, atas segala berkat, kekuatan, dan hikmah yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Keluarga tercinta, yaitu Ayah (Sugiyono) dan Ibu (Khusnul Alfiah) yang selalu memberikan dukungan moral, materi, do'a, dan kasih sayang tanpa batas.
3. Dr. Ir. Sulistyawati, M.P. Rektor Universitas Merdeka Pasuruan yang telah memberikan kesempatan untuk menuntut ilmu di Universitas Merdeka Pasuruan.
4. Dekan Fakultas Ekonomi dan Dosen Pembimbing 1 Dra. Agnes Ratna Pudyaningsih, MM., yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing penulis dengan sabar dan penuh dedikasi. Tanpa bimbingan beliau, skripsi ini tidak akan dapat terselesaikan dengan baik.

5. Dosen Pembimbing 2 Nurul Akramiah, SE., MM., yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing penulis dengan sabar dan penuh dedikasi. Tanpa bimbingan beliau, skripsi ini tidak akan dapat terselesaikan dengan baik.
6. Seluruh jajaran pimpinan dan staf fakultas yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas untuk menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomi.
7. Pemilik dan pegawai di PT. Mitra Pinasthika Mustika Pasuruan yang telah memberikan izin penelitian untuk skripsi ini.
8. Sahabat kampus dan sobat sales yakni Wildan Pratama, M. Restu Andika P. dan Rizki Yulianto yang telah memberikan semangat, motivasi dan hiburan bagi penulis serta menjadi panutan untuk terus bertumbuh.
9. Teman-teman terdekat, baik di dalam maupun di luar kampus, yang telah menemani dan mendukung penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
10. Pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah berkontribusi secara langsung maupun tidak langsung dalam penyelesaian skripsi ini.

Dalam pembuatan skripsi ini penulis menyadari sepenuhnya bahwa masih ada kekurangan baik dari segi susunan kalimat maupun tata bahasanya. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik dari pembaca demi kemajuan peneliti dimasa yang akan datang. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang telah membacanya.

Pasuruan, 26 Juli 2025



Sufi Alfarisy

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	1
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II LANDASAN TEORI.....	8
A. Personal Selling.....	8
B. Direct Selling.....	17
C. Minat Beli.....	21
D. Hubungan antara Variabel Bebas dengan Variabel Terikat.....	24
E. Penelitian Terdahulu	26

F. Kerangka Konseptual	31
G. Hipotesis Penelitian	33
BAB III METODE PENELITIAN.....	34
A. Definisi Operasional Variabel.....	34
1. Variabel Bebas (<i>Independent Variable</i>)	34
2. Variabel Terikat (<i>Dependent Variable</i>)	38
B. Ruang Lingkup Penelitian.....	39
C. Lokasi dan Waktu Penelitian	40
D. Populasi dan Sampel.....	40
1. Populasi.....	40
2. Sampel	40
E. Jenis dan Sumber Data	42
1. Jenis Data.....	42
2. Sumber Data	43
F. Teknik Pengumpulan Data	44
1. Metode Observasi	44
2. Kuesioner (angket).....	44
3. Dokumentasi	45
4. Studi Pustaka	46
G. Uji Instrumen Penelitian.....	46
1. Uji Validitas	46
2. Uji Reliabilitas	47
H. Teknik Analisis Data.....	47

1. Analisis Deskriptif.....	48
2. Uji Asumsi Klasik.....	49
3. Analisis Regresi Linier Berganda	53
4. Analisis Koefisien Determinan (Adjusted R ²).....	53
5. Uji Hipotesis	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	56
A. Hasil Penelitian.....	56
1. Gambaran Objek Penelitian	56
2. Uji Instrumen Penelitian	57
3. Deskripsi Data Penelitian	59
4. Deskripsi Data Penelitian	60
B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	75
1. Uji Asumsi Klasik.....	75
2. Teknik Analisis Data.....	83
C. Pembahasan.....	91
1. Pengaruh <i>Personal Selling</i> dan <i>Dirrect Selling</i> Terhadap Minat Beli.....	91
2. Pengaruh <i>Personal Selling</i> Terhadap Minat Beli.....	95
3. Pengaruh <i>Direct Selling</i> Terhadap Minat Beli.	99
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	105
A. Kesimpulan.....	105
B. Saran.....	106

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1 Penjualan Motor Honda Di Indonesia	2
Tabel 2 Indeks Penjualan Motor Bebek Honda Di PT. Mitra Pinasthika Mustika (MPM) Pasuruan Tahun 2024	3
Tabel 3 Penelitian Terdahulu	26
Tabel 4 Skala Likert	45
Tabel 5 Nilai Interval	49
Tabel 6 Hasil Uji Validitas	57
Tabel 7 Hasil Uji Reliabilitas	59
Tabel 8 Klasifikasi Usia Responden	61
Tabel 9 Klasifikasi Jenis Kelamin	61
Tabel 10 Klasifikasi Status Pendidikan Responden	62
Tabel 11 Klasifikasi Status Pekerjaan Responden	63
Tabel 12 Klasifikasi Status Pendapatan Responden	64
Tabel 13 Klasifikasi Pembelian Sepeda Motor Honda	65
Tabel 14 Klasifikasi Jenis/Type Sepeda Motor yang dibeli Responden	65
Tabel 15 Klasifikasi Responden Berapa Lama Membeli Motor Honda	66
Tabel 16 Deskriptif Jawaban <i>Personal Selling</i> (X ₁)	67
Tabel 17 Deskriptif Jawaban <i>Dirrect Selling</i> (X ₂)	70
Tabel 18 Deskriptif Jawaban Minat Beli (Y)	73
Tabel 19 Hasil Uji One-Sample Kolmogorof-Smirnov Test	78
Tabel 20 Hasil Uji Multikolinearitas	79

Tabel 21 Hasil Uji Autokorelasi	81
Tabel 22 Hasil Uji Linieritas	83
Tabel 23 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	84
Tabel 24 Hasil Uji Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R²</i>)	86
Tabel 25 Hasil Uji Simultan dengan Statistik Uji F	88
Tabel 26 Pengaruh <i>Personal Selling</i> Terhadap Minat Beli	89
Tabel 27 Pengaruh <i>Dirrect Selling</i> Terhadap Minat Beli	90



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 Kerangka Konseptual	32
Gambar 2 Hasil Uji Normal P-Plot	76
Gambar 3 Hasil Uji Histogram	77
Gambar 4 Hasil Uji Heteroskedastisitas	80



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Jadwal Penelitian

Lampiran 2 Kuisisioner

Lampiran 3 Tabulasi Data

Lampiran 4 Deskriptif Statistik

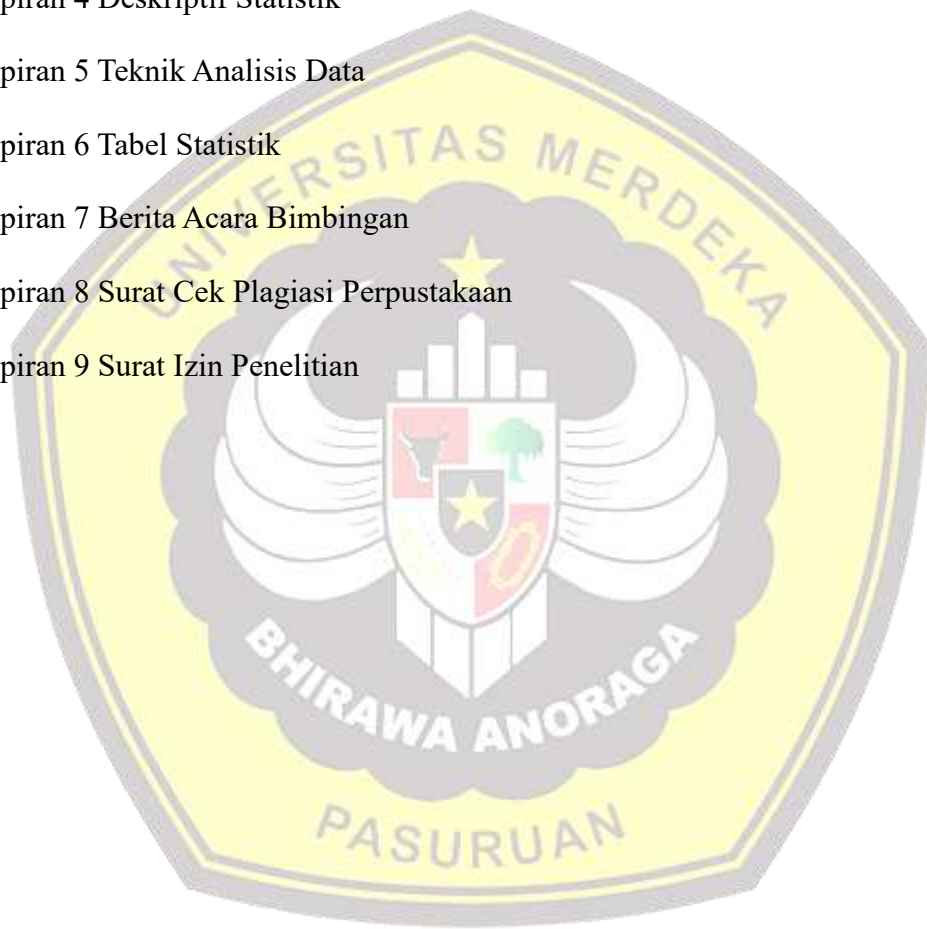
Lampiran 5 Teknik Analisis Data

Lampiran 6 Tabel Statistik

Lampiran 7 Berita Acara Bimbingan

Lampiran 8 Surat Cek Plagiasi Perpustakaan

Lampiran 9 Surat Izin Penelitian



**PENGARUH *PERSONAL SELLING* DAN *DIRECT SELLING* TERHADAP
MINAT BELI MOTOR HONDA DI PT. MITRA PINASTHIKA MUSTIKA
PASURUAN**

Sufi Alfaisy¹, Agnes Ratna Pudyarningsih², Nurul Akramiah³

¹Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan

^{2,3}Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan

E-mail: Sufialfaisy69@gmail.com¹, ratnaend@gmail.com²,
nurul.aidan04@gmail.com³

ABSTRAK

Penurunan minat beli terhadap motor bebek menjadi tantangan bagi PT. Mitra Pinasthika Mustika Pasuruan sebagai dealer resmi Honda. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *personal selling* dan *direct selling* terhadap minat beli motor Honda. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik purposive sampling sebanyak 65 responden. Analisis data dilakukan dengan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *personal selling* dan *direct selling* berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap minat beli dengan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$. Secara parsial, keduanya juga menunjukkan pengaruh signifikan dengan nilai t hitung 4.654 dan 6.416. Nilai Adjusted R² sebesar 0,391 menunjukkan bahwa 39,1% minat beli dapat dijelaskan oleh kedua variabel tersebut. Temuan ini menegaskan pentingnya pendekatan personal dan fleksibel dalam strategi pemasaran untuk meningkatkan minat beli konsumen, khususnya pada segmen motor bebek.

Kata Kunci : *personal selling*, *direct selling*, minat beli, motor Honda