

ABSTRAK

Rizky Rahmadani, 181010220, 2022, Pengaruh *Personal Selling* Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen pada PT. Bedagai Mina, STIE Eka Prasetya, Program Studi Manajemen, Pembimbing I : Bambang Sutejo S.kom., S.E., M.M., Pembimbing II : Dra.Pesta Gultom,M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh *Personal Selling* dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada PT. Bedagai Mina. Metodologi penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu data yang diperoleh dalam bentuk angka atau bilangan. Sumber data berupa data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada pelanggan tetap di PT. Bedagai Mina, data sekunder diperoleh dari data dan literatur yang berkenaan dengan permasalahan yang dibahas. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan tetap yang telah melakukan pembelian pada PT. Bedagai Mina. Dengan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%, maka diperoleh jumlah sampel sebanyak 71 responden. Data dianalisis dengan menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Hasil analisis memberikan persamaan

Minat Beli Konsumen = 0,601 + -0,065 *Personal Selling* +0,802 Promosi + e.

Hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa Promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Konsumen pada PT. Bedagai Mina berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial yaitu $t_{hitung} 15,276 > t_{tabel} 1,667$. Hasil analisis menunjukkan *Personal Selling* memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Minat Beli Konsumen pada PT. Bedagai Mina berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial yaitu $t_{hitung} -0,847 > t_{tabel} 1,667$. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Konsumen Pada PT. Bedagai Mina berdasarkan hasil uji hipotesis secara simultan yaitu sebesar $F_{hitung} 308,446 > F_{tabel} 3,13$. Hasil penelitian ini didukung oleh nilai R square (R^2) = 0,901 atau 0,99% yang artinya bahwa *Personal Selling* dan Promosi secara simultan mempunyai pengaruh sebesar 0,99% terhadap Minat Beli Konsumen Di PT. Bedagai Mina. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: *Personal Selling*, Promosi, Minat Beli Konsumen.

ABSTRACT

Rizky Rahmadani, 181010220, 2022, the influence of Personal Selling and Promotion on Consumer Buying Interest at PT. Bedagai Mina, STIE Eka Prasetya, Management Study Program, Supervisor I : Bambang Sutejo S.kom., S.E., M.M., Supervisor II : Dra.Pesta Gultom,M.M.

This study aims to determine how big the influence of Personal Selling and Promotion on Consumer Buying Interest at PT. Bedagai Mina. The research methodology used is descriptive quantitative method. The type of data used in this study is quantitative data, namely data obtained in the form of numbers or numbers. Sources of data in the form of primary data and secondary data. Primary data were obtained from the results of distributing questionnaires to regular customers at PT. Bedagai Mina, secondary data obtained from data and literature relating to the problems discussed. The population in this study are all regular customers who have made purchases at PT. Bedagai Mina. By using the Slovin formula with an error rate of 10%, the number of samples obtained is 71 respondents. Data were analyzed using multiple linear regression analysis method. The results of the analysis give the equation

Consumer Buying Interest = 0.601 + -0.065 Personal Selling +0.802 Promotion + e.

The results of the research analysis show that Promotion has a positive and significant influence on Consumer Buying Interest at PT. Bedagai Mina based on the results of partial hypothesis testing, namely $t_{count} 15.276 > t_{table} 1.667$. The results of the analysis show that Personal Selling has a negative and insignificant effect on Consumer Buying Interest at PT. Bedagai Mina based on the results of partial hypothesis testing, namely $t_{count} -0.847 > t_{table} 1.667$. The results showed that Promotion had a positive and significant effect on consumer buying interest at PT. Bedagai Mina based on the results of simultaneous hypothesis testing, which is equal to $F_{count} 308.446 > F_{table} 3.13$. The results of this study are supported by the value of R square (R^2) = 0.901 or 0.99%, which means that Personal Selling and Promotion simultaneously have an effect of 0.99% on Consumer Buying Interest at PT. Different Mina. While the rest is influenced by other factors not examined in this study.

Keywords: Personal Selling, Promotion, Consumer Buying Interest.