

ABSTRAK

TRI NINGTYAS INDRIANI, Hubungan antara Kemampuan Komunikasi *Personal Selling* dengan Keputusan Pembelian Konsumen Flexi Pasca Bayar pada Pameran Produk Flexi di Aneka Buana, Pondok Labu, Jakarta Selatan. Skripsi. Jakarta : Konsentrasi Pendidikan Tata Niaga, Program Studi Pendidikan Ekonomi, Jurusan Ekonomi dan Administrasi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, Juni 2008.

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh data dan fakta yang valid dan reliabel tentang apakah terdapat hubungan yang positif antara Kemampuan Komunikasi *Personal Selling* dengan Keputusan Pembelian Konsumen Flexi Pasca Bayar pada Pameran Produk Flexi di Aneka Buana, Pondok Labu, Jakarta Selatan.

Penelitian ini dilakukan selama dua bulan terhitung sejak bulan Maret 2008 sampai dengan bulan Juni 2008. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei dengan pendekatan korelasional. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Flexi pasca bayar yang pada saat pameran berlangsung di ANEKA BUANA, Pondok Labu, Jakarta Selatan melakukan pembelian produk flexi pasca bayar. Populasi terjangkaunya adalah konsumen yang melakukan pembelian produk flexi pasca bayar pada pameran tersebut, tetapi yang diambil hanya pada bulan April sampai dengan Mei 2008 yang berjumlah 35 orang. Besarnya sampel yang diambil sebanyak 32 orang. Pengambilan sampel tersebut didasarkan pada tabel penentuan jumlah sampel dari populasi tertentu dengan taraf kesalahan 5%. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik acak sederhana (*Simple Random Sampling*).

Dari hasil perhitungan diperoleh persamaan regresi linier sederhana $\hat{Y} = 45.385 + 0.574X$. Uji persyaratan analisis untuk menguji normalitas galat taksiran regresi Y atas X menunjukkan bahwa galat taksiran regresi Y atas X berdistribusi normal. Hal ini dibuktikan oleh perhitungan yang menunjukkan bahwa $L_{hitung} (0.1139) < L_{tabel} (0.1566)$ dengan menggunakan uji liliefors pada taraf signifikan (α) = 0.05.

Dalam uji hipotesis, uji keberartian dan kelinieran regresi menggunakan tabel Analisis Varians (ANOVA). Dari hasil uji keberartian regresi diperoleh $F_{hitung} (19.08) > F_{tabel} (4.10)$ yang menyatakan regresi berarti. Dari hasil uji linearitas regresi diperoleh $F_{hitung} (0.11) < F_{tabel} (2.46)$ yang menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan adalah linier.

Koefisien korelasi yang dihitung dengan menggunakan rumus Product Moment menghasilkan r_{xy} sebesar 0,624 sedangkan hasil dari uji signifikansi diperoleh t_{hitung} sebesar 4.374 dan t_{tabel} sebesar 1.697. Dikarenakan $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara Kemampuan Komunikasi *Personal Selling* dengan Keputusan Pembelian Konsumen Flexi Pasca Bayar pada Pameran Produk Flexi di Aneka Buana, Pondok Labu, Jakarta Selatan. Perhitungan koefisien determinasi menunjukkan 38,94 % variasi variabel Y ditentukan oleh variabel X.

Kesimpulan penelitian adalah terdapat hubungan yang positif antara Kemampuan Komunikasi *Personal Selling* dengan Keputusan Pembelian Konsumen Flexi Pasca Bayar pada Pameran Produk Flexi di Aneka Buana, Pondok Labu, Jakarta Selatan. Hal tersebut berarti semakin tinggi Kemampuan Komunikasi *Personal Selling* maka semakin tinggi pula Keputusan Pembelian Konsumen Flexi Pasca Bayar pada Pameran Produk Flexi di Aneka Buana, Pondok Labu, Jakarta Selatan.

ABSTRACT

TRI NINGTYAS INDRIANI, The Correlation Between Communication Ability of Personal Selling and Purchase Decision of Flexi After Pay at Exhibition in Aneka Buana, Pondok Labu, South Jakarta. Thesis. Jakarta : Commerce Concentration, Economic Education Study Program, Economic and Administration Department, Economic Faculty, State University Of Jakarta, Juni 2008.

Purpose of this research is to find valid and realibility datas and facts about the posibility a positive correlation between Communication Ability of Personal Selling and Purchase Decision of Flexi After Pay at Exhibition in Aneka Buana, Pondok Labu, South Jakarta.

The period of the research was three months, since March 2008 until April 2008. The research used survey methods by correlation approach. The population of datas were the consumer Flexi after pay in Aneka Buana. The reached population were 32 consuer Flexi after pay in Aneka Buana, Pondok Labu, South Jakarta who buy Flexi after pay. The sampling technique was the simple random sampling.

Equation of the simple linear regression give the formula of regression $\hat{Y} = 45,385 + 0.574X$ The analysis conditional test proved the validation on variable Y to variable X is normal distributed. It is proved by the calculation that used Liliefors test at significant level (α) = 0,05 that indicates L counted (0.1139) < L table (0,1566).

At the hypotesis test the significant and linear regression test are using Analysis of Variance (ANOVA). The result of the significant regression test indicates F counted (19,08) > F table (4,10). It state the formula of regression is significant. The result of the linear regression test indicates F counted (0.11) < F table (2.46). It state the regression model is linear.

The coefficient of correlation counted by product moment formula by pearson indicates $r_{xy} = 0,624$ While the result of correlation coefficient significant test indicates t counted = 4.374 and t table = 1.697. Because the result shows t counted > t table, the research indicates there is a significant correlation between Communication Ability of Personal Selling and Purchase Decision of Flexi After Pay at Exhibition in Aneka Buana, Pondok Labu, South Jakarta. The counted of determination coefficient test indicates the variance of variable Y is determined by variable X.

The conclusion of research shown that a positive correlation between Communication Ability of Personal Selling and Purchase Decision of Flexi After Pay at Exhibition in Aneka Buana, Pondok Labu, South Jakarta. It means if consumer communication ability level is increase, the Purchase decision of Flexi After Pay at Exhibition in Aneka Buana, Pondok Labu, South Jakarta will increase too.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung jawab,
Dekan Fakultas Ekonomi

Dra. Nurahma Hajat, M.Si
NIP. 131 466 586

<i>Tim Penguji</i>	<i>Nama</i>	<i>Tanda Tangan</i>	<i>Tanggal</i>
1. Ketua	<u>Drs. Nurdin Hidayat, M.Si</u> NIP. 132 282 571		
2. Sekretaris	<u>Dra. Dientje Griandini</u> NIP. 131 128 336		
3. Anggota/ Penguji Ahli	<u>Dra. Tjutju Fatimah, M.Si</u> NIP. 131 122 385		
4. Anggota/ Pembimbing I	<u>Setyo Ferry W, SE, M.Si</u> NIP. 132 233 779		
5. Anggota/ Pembimbing II	<u>Dra. Umi Mardiyati, M.Si</u> NIP. 131 473 518		

Telah dinyatakan lulus ujian skripsi: Jum'at, 18 Juli 2008

LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“ Sesungguhnya obat yang aku butuhkan ada di dalam Al-Qur'an dan Sunnah. Ketenangan ada di dalam keimanan. Ketentraman ada di dalam Sholat. Kesehatan hati ada di dalam Keridhaan. Kebahagiaan ada di dalam kepuasan. Ketampanan wajah ada di dalam senyuman. Kehormatan ada di dalam hijab. Dan kedamaian jiwa ada di dalam Dzikir”

Kita sebenarnya
tidak belajar apa-apa dari pengalaman,
kita hanya belajar jika kita
merenungkan pengalaman kita.
Dan makna sesuatu tidak berada pada diri sesuatu
tetapi dalam sikap kita terhadapnya.

Unknown author

*Dengan mengucapkan syukur kepada Allah SWT
saya persembahkan skripsi ini untuk orang tua, serta
orang-orang yang saya sayangi dan menyayangi saya.
Doa restu, perhatian & kasih sayang mereka adalah
motivasi terbesar bagi peneliti dalam menyelesaikan
skripsi ini.*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur peneliti haturkan kehadiran Allah SWT yang senantiasa memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul "Hubungan antara Kemampuan Komunikasi *Personal Selling* dengan Keputusan Pembelian Konsumen Flexi Pasca Bayar pada Pameran di Aneka Buana, Pondok Labu, Jakarta Selatan". Sholawat dan salam semoga selalu tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat, serta orang-orang yang tetap istiqomah mengikuti risalahnya.

Penulisan skripsi ini dibuat untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam mencapai gelar Sarjana Pendidikan pada Jurusan Ekonomi dan Administrasi, Program Studi Pendidikan Ekonomi, Konsentrasi Pendidikan Tata Niaga, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Dalam kesempatan ini, peneliti ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Ibu Dra. Dientje Griandini, selaku Dosen Pembimbing Materi yang telah memberikan pengetahuan dan waktunya dalam membimbing dengan penuh kesabaran
2. Bapak Edo S. Siregar, SE, MBA, selaku Dosen Pembimbing Metodologi/Statistik yang telah berbaik hati menerima dan membimbing dengan setulus hati.
3. Bapak Drs. Nurdin Hidayat, S.E, MM., sebagai Ketua Program Studi di Universitas Negeri Jakarta,.
4. Ibu Dra. Hj. Rochyati, selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Administrasi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

5. Ibu Dra. Hj. Nurahma Hajat, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta Bapak Drs. Nurdin Hidayat, S.E, MM., sebagai Ketua Program Studi di Universitas Negeri Jakarta,
6. Seluruh dosen-dosen Jurusan Ekonomi, khususnya dosen-dosen Pendidikan Tata Niaga yang dengan ikhlas telah memberikan ilmunya.
7. Kepada pihak CV. Firzaindo Utama, khususnya Ibu Ratna Juwita, S.E, yang telah mengizinkan saya untuk mengadakan penelitian dan mengambil data.

Kepada Ayah dan Ibu, yang telah memberikan dukungan, baik material maupun secara moral. Dan yang tak henti-hentinya memberikan semangat untuk menyelesaikan skripsi semester ini.

Akhirnya penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih sangat jauh dari sempurna, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat peneliti harapkan demi kebaikan peneliti di kemudian hari.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Jakarta, Juni 2008

Peneliti

Tri Ningtyas Indriani

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR LAMPIRAN	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	9
C. Pembatasan Masalah	10
D. Perumusan Masalah	10
E. Kegunaan Penelitian	11

BAB II PENYUSUNAN KERANGKA TEORETIS DAN PENGAJUAN HIPOTESIS

A. Deskripsi Teoretis	
1. Keputusan Pembelian Konsumen	12
2. Kemampuan Komunikasi <i>Personal Selling</i>	19
B. Kerangka Berpikir	36

C. Perumusan Hipotesis.....	38
-----------------------------	----

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Tujuan penelitian.....	39
B. Tempat dan Waktu Penelitian	39
C. Metode Penelitian.....	40
D. Teknik Pengambilan Sampel	40
E. Instrumen Penelitian	
1. Keputusan Pembelian Konsumen	
a. Definisi Konseptual.....	41
b. Definisi Operasional	42
c. Kisi-kisi Instrumen Keputusan Pembelian Konsumen....	43
d. Validasi Instrumen Keputusan Pembelian Konsumen	45
2. Kemampuan Komunikasi <i>Personal Selling</i>	
a. Definisi Konseptual.....	47
b. Definisi Operasional	48
c. Kisi-kisi Instrumen Kemampuan Komunikasi	
<i>Personal Selling</i>	49
d. Validasi Instrumen Kemampuan komunikasi	
<i>Personal Selling</i>	51
F. Konstelasi Hubungan antara Variabel	53
G. Teknik Analisis Data	
1. Mencari Persamaan Regresi.....	54

2. Uji Persyaratan Data Analisis	54
3. Uji Hipotesis	
a. Uji Keberartian Regresi.....	56
b. Uji Linearitas Regresi	56
c. Perhitungan Koefisien Korelasi	57
d. Uji Keberartian Koefisien Korelasi (Uji-t)	58
e. Koefisien Determinasi.....	59

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Data	
1. Keputusan Pembelian Konsumen..	60
2. Kemampuan Komunikasi <i>Personal Selling</i>	63
B. Persamaan Garis Regresi	65
C. Pengujian Persyaratan Analisis.....	66
D. Pengujian Hipotesis Penelitian	67
E. Interpretasi Penelitian	70
F. Keterbatasan Penelitian.....	70

BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

A. Kesimpulan	72
B. Implikasi.....	73
C. Saran.....	73

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

SURAT IZIN PENELITIAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Data Konsumen.....	74
Lampiran 2	Instrumen Penelitian.....	80
Lampiran 3	Skor Uji Coba Instrumen Coba Variabel Y (Keputusan Pembelian Konsumen).....	92
Lampiran 4	Perhitungan Analisis Butir Variabel Y.....	93
Lampiran 5	Data Perhitungan Validasi Variabel Y (Keputusan Pembelian Konsumen).....	94
Lampiran 6	Perhitungan Kembali Data Uji Coba Setelah Validitas Variabel Y (Keputusan Pembelian Konsumen).....	95
Lampiran 7	Data perhitungan kembali Validitas variabel Y.....	96
Lampiran 8	Perhitungan Varians Butir, Varians total, dan Uji Reliabilitas Variabel Y (Keputusan Pembelian Konsumen).....	97
Lampiran 9	Skor Uji Coba Instrumen Variabel X (Kemampuan Komunikasi <i>Personal Selling</i>).....	98
Lampiran 10	Perhitungan Analisis Butir Variabel X (Kemampuan Komunikasi <i>Personal Selling</i>).....	99
Lampiran 11	Data Perhitungan Validitas Variabel X.....	100
Lampiran 12	Perhitungan Kembali Data Uji Coba setelah Validitas Variabel X (Kemampuan Komunikasi <i>Personal Selling</i>).....	101
Lampiran 13	Data Perhitungan Kembali Validitas Variabel X (Kemampuan Komunikasi <i>Personal Selling</i>).....	102

Lampiran 14	Perhitungan Varians Butir, Varians Total dan Uji Reliabilitas Variabel X (Kemampuan Komunikasi <i>Personal Selling</i>).....	103
Lampiran 15	Data Mentah Variabel Y.....	104
Lampiran 16	Data Mentah Variabel X(Kemampuan Komunikasi <i>Personal Selling</i>).....	105
Lampiran 17	Data Mentah Variabel X dan Variabel Y.....	106
Lampiran 18	Rekapitulasi Skor Total Instrumen Hasil Penelitian.....	107
Lampiran 19	Tabel Perhitungan Rata-rata, Varians dan Simpangan Baku, Variabel X dan Y.....	108
Lampiran 20	Perhitungan Rata-rata, Varians dan Simpangan Baku.....	109
Lampiran 21	Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram Variabel Y.....	110
Lampiran 22	Grafik Histogram Variabel Y (Keputusan Pembelian Konsumen).....	111
Lampiran 23	Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram Variabel X (Kemampuan Komunikasi <i>Personal Selling</i>).....	112
Lampiran 24	Grafik Histogram variabel X (Kemampuan Komunikasi <i>Personal Selling</i>).....	113
Lampiran 25	Perhitungan Persamaan Regresi Linear Sederhana.....	114
Lampiran 26	Tabel untuk menghitung $\hat{Y} = 45,385 + 0.574X$	115
Lampiran 27	Grafik Persamaan Regresi.....	116
Lampiran 28	Perhitungan Rata-rata, Varians, Simpangan Baku, Regresi $\hat{Y} = 45,385 + 0.574X$	117

Lampiran 29	Tabel Perhitungan Rata-Rata, Varians dan Simpangan Baku	
	$\hat{Y} = 45,385 + 0.574X$	118
Lampiran 30	Perhitungan Normalitas Galat Taksiran Y atas X Regresi	
	$\hat{Y} = 45,385 + 0.574X$	119
Lampiran 31	Langkah Perhitungan Uji Normalitas Galat Taksiran Regresi	
	$\hat{Y} = 45,385 + 0.574X$	120
Lampiran 32	Perhitungan Uji Keberartian Regresi	121
Lampiran 33	Tabel Perhitungan Uji Kelinieran Regresi.....	122
Lampiran 34	Perhitungan Uji Kelinieran Regresi.....	123
Lampiran 35	Tabel Anava untuk Uji Keberartian dan Uji Kelinieran Regresi.....	124
Lampiran 36	Perhitungan Koefisien Korelasi Product Moment.....	125
Lampiran 37	Perhitungan Uji Keberartian Koefisien Korelasi (Uji t).....	126
Lampiran 38	Perhitungan Koefisien Determinasi	127
Lampiran 39	Tabel Nilai Kritis untuk Uji Liliefors.....	127
Lampiran 40	Tabel Nilai Persentil untuk distribusi F.....	128
Lampiran 41	Tabel Nilai dalam Distribusi t.....	132
Lampiran 42	Tabel Penentuan Jumlah Sampel dari Populasi tertentu dengan taraf kesalahan 1, 5, dan 10%.....	133
Lampiran 43	Tabel Nilai-nilai r Product Moment.....	134
Lampiran 44	Tabel Kurva Normal Presentase.....	135

DAFTAR TABEL

Tabel	III.1. Kisi-Kisi Instrumen Variabel Keputusan Pembelian	43
	III.2. Skala Penilaian Variabel Keputusan Pembelian	45
	III.3. Kisi-Kisi Instrumen Variabel Kemampuan Komunikasi	49
	III.4 Skala Penilaian Variabel Kemampuan Komunikasi	51
	III.5. Daftar Analisis Varians (ANAVA) Untuk Regresi Linier Sederhana	57
	IV.1. Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian	61
	IV.2. Distribusi Frekuensi Variabel Kemampuan Komunikasi.....	64
	IV.3 Tabel ANAVA Untuk Pengujian Signifikansi dan Linearitas Persamaan Regresi Kemampuan Komunikasi dengan Keputusan Membeli Konsumen.....	68
	IV.4. Pengujian Signifikansi Koefisien Korelasi Sederhana X dan Y ..	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar IV.1 Grafik Histogram Keputusan Pembelian	62
Gambar IV.2 Grafik Histogram Kemampuan Komunikasi	64
Gambar IV.3 Persamaan Garis Regresi $\hat{Y} = 45,385 + 0.574X$	66

DAFTAR PUSTAKA

- Angipora, Marius P., *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002.
- Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek, Edisi Revisi VI*. Jakarta: Rineka Cipta, 2006.
- Boyd, Walker, Larreche, *Manajemen Pemasaran suatu pendekatan strategis dengan orientasi global*. Jakarta:Erlangga, 2003.
- Brannan, Tom. *Integrated Marketting Communication*. Jakarta: PPM,2005.
- Cravens, David W. *Pemasaran Strategis*. Edisi keempat Jilid2. Jakarta: Erlangga, 2004.
- Hadi, Lukman, “Pesonal Selling sebagai Ujung Tombak Pemasaran”,*Jurnal Sosial Ekonomi IQTISHAD*, Vol.1, No.1, Januari 2003, p.43-44
- Haryani, Sri. *Komunikasi Bisnis*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2003
- Izhari, Fadhilah, “Penataan Ekonomi Indonesia Baru”, *Jurnal Publikasi FE UNTAR*,th.1, volume 04, 1998
- Jaramillo, Fernando, et.al., “Critical success factors in the personal selling process: An empirical investigation of Ecuadorian salespeople in the banking industry”, *The International Journal of Bank Marketing*, Bradford: 2004, vol.22, Iss.1; p.9
- Kotler, Philip, dan Garry Amstrong. *Prinsip-prinsip pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2003.
- Ma’ruf, Hendri. *Pemasaran Ritel*. Jakarta:PT. Gramedia Pustaka Utama, 2006
- Mowen, John C., dan Michael Minor. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Penerbit Erlangga, 2003.
- Muljono, Pudji, *Validasi Instrumen dan Teknik Analisis Data*. Disampaikan pada Lokakarya Peningkatan Suasana Akademik Jurusan Ekonomi FIS-UNJ tanggal 28 Juli-1 Agustus 2003, h.8
- Peter, J. Paul et.al., *Consumen Behaviour, Edisi 4, jilid 2, ”Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran”*. Jakarta:Erlangga 2003.
- Peter, J.Paul dan Jerry C. Olson, *Consumer Behavior: perilaku konsumen dan strategi pemasaran*, 2004.
- Purnama, Lingga. *Strategic Marketing Plan*. Jakarta:PT. Gramedia Pustaka Utama, 2004.

Saidi, Wahyu. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: IQROGRAF, 2006

Subarno. "Berkomunikasi dengan Orang Jepang", *Jurnal Ilmu Komunikasi Citra*, Vol.01, No.2, 2004.

Sudjana, *Metode Statistika*. Bandung: Tarsito, 2004

Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV. Alfabeta, 2005
Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi, 2003

Sunaryo, Bagus, "Modernisasi Dunia Ketiga", *Jurnal pengkajian dan pengembangan informasi*, volume 6, no.1 april 2006.

Sutisna. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2002.

Toffler, Betsy-ann, dan Jane Imber. *Kamus Istilah Pemasaran*. Jakarta: PT. Elex Media Computindo, 2004.

Umar, M. Taufiq. *Dinamika Pemasaran, Jelajahi dan Rasakan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Tri Ningtyas Indriani, Lahir di Jakarta, pada tanggal 14 Agustus 1986. Anak ketiga dari tiga bersaudara pasangan Bapak Trimono S.E., dan Ibu Kaminah, Beralamat di Jl. Wadassari III, No.8 RT 11/02, Kel. Pd. Betung, Kec. Pd. Aren, Tangerang. Lulus SDN 03 PESANGGRAHAN JAKARTA SELATAN pada Tahun 1998, Lulus SLTPN

177 JAKARTA pada Tahun 2001, Lulus SMAN 47 JAKARTA pada Tahun 2004. Kemudian melanjutkan Pendidikan S1 Program Studi Pendidikan Ekonomi, Konsentrasi Pendidikan Tata Niaga, Jurusan Ekonomi dan Administrasi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, tahun 2004 hingga tamat tahun 2008.

HUBUNGAN ANTARA KEMAMPUAN KOMUNIKASI *PERSONAL SELLING* DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN FLEXI PASCA BAYAR PADA PAMERAN DI ANEKA BUANA, PONDOK LABU, JAKARTA SELATAN

**TRI NINGTYAS INDRIANI
8136042099**



Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan Pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
KONSENTRASI PENDIDIKAN TATA NIAGA
JURUSAN EKONOMI DAN ADMINISTRASI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2008**

**CORRELATION BETWEEN COMMUNICATION ABILITY OF
PERSONAL SELLING AND PURCHASE DECISION OF FLEXI
AFTER PAY AT EXHIBITION IN ANEKA BUANA, PONDOK
LABU, JAKARTA SELATAN**

**TRI NINGTYAS INDRIANI
8135042099**



**This Thesis is Written To Fulfil Each Of The Requirement To Achieve Bachelor of
Educational Degree**

**ECONOMIC STUDY PROGRAM
COMMERCE CONCENTRATION
ECONOMICS AND ADMINISTRATION DEPARTMENT
ECONOMIC FACULTY
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA
JUNI, 2008**