

**PENGARUH *PERSONAL SELLING*, *PRODUCT KNOWLEDGE*, DAN
CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI OPTIK NICE SIDOARJO.**

SKRIPSI



OLEH :

SHAFSA SAFHIRA IRAWANSYAH
NPM. 21042010237

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR**

FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

SURABAYA

2025

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH *PERSONAL SRRLING*, *PRODUCT KNOWLEDGE*, DAN
CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI OPTIK NICE SIDOARJO.**

Disusun Oleh :

SHAFSA SAFHIRA IRAWANSYAH
NPM. 21042010237

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

Pembimbing Utama



Dr. Ir. Rusdi Hidayat N., M.Si

NIP. 196112241989031007

Mengetahui,

DEKAN

Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik



Dr. Catur Suratnoaji, S.Sos., M.Si

NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH PERSONAL SELLING, PRODUCT KNOWLEDGE, DAN
CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI OPTIK NICE SIDOARJO.**

Disusun Oleh :

SHAFA SAFHIRA IRAWANSYAH
NPM. 21042010237

**Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur**

Pada Tanggal 19 Mei 2025

Menyetujui,

PEMBIMBING UTAMA


Dr. Ir. Rusdi Hidayat N., M.Si
NIP. 196112241989031007

TIM PENGUJI :

1. Ketua


Budi Prabowo S.Sos., MLM
NIP. 196210161988031001

2. Sekretaris


Indah Respati Kusumasari, S.Sos., M.Si
NIP. 198604172020122007

3. Anggota


Dr. Ir. Rusdi Hidayat N., M.Si
NIP. 196112241989031007

Mengetahui,

DEKAN

FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK


Dr. Catur Suratnoaji, S.Sos., M.Si
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Shafa Safhira Irawansyah
NPM : 21042010237
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Administrasi Bisnis
Fakultas : Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi* ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi/Tesis/Desertasi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Surabaya, 22 Mei 2025
Yang membuat pernyataan



Nama Shafa Safhira Irawansyah
NPM. 21042010237

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan Puji syukur kehadiran Allah SWT atas berkat dan Karunia-Nya yang telah diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal yang berjudul Pengaruh *Personal Selling*, *Product Knowledge*, dan *Customer Relationship Management* Terhadap Keputusan Pembelian di Optik Nice Sidoarjo.

Penulis menyadari bahwa didalam penyusunan skripsi ini banyak terdapat kekurangan. Selain itu, penyusunan skripsi ini tidak lepas dari Bapak Dr. Ir. Rusdi Hidayat Nugroho, M.Si selaku dosen pembimbing yang dengan segala perhatian dan kesabarannya rela meluangkan waktu untuk penulis. Ucapan terima kasih penulis sampaikan. Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M. Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Dr. Acep Samsudin, S.sos., M.M., M.A. selaku koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Dr. Ir Rusi Hidayat Nugroho, S.T., M.S.i selaku dosen pembimbing penulis yang selalu memberikan dukungan dan arahan sehingga skripsi dapat diselesaikan tepat waktu.
4. Bapak dan Ibu dosen Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
5. Teruntuk orang tua penulis yang selalu memberikan dukungan serta doa kepada penulis dan senantiasa mengorbankan banyak hal agar penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu.
6. Terima kasih kepada owner sekaligus karyawan Optik Nice Sidoarjo yang telah bersedia menjadi objek penelitian dan membantu selama proses skripsi ini.

7. Terima kasih kepada teman-teman penulis yang selalu membantu dan memberikan dukungan serta semangat kepada penulis untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini.
8. Terima kasih terhadap diri saya sendiri yang sudah kuat untuk berjuang agar dapat menyelesaikan tanggung jawab saya untuk menyelesaikan pendidikan S1 tepat waktu.

Selain itu, penulis juga menyadari bahwa masih banyak kekurangan didalam penulisan skripsi ini, maka dengan segala kerendahan hati penulis memohon kritik dan saran yang membangun dari semua pihak. Akhir kata penulis berharap agar proposal ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pihak-pihak terkait.

Surabaya, Mei 2025

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
<u>BAB I PENDAHULUAN</u>.....	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang.....	Error! Bookmark not defined.
1.2 Rumusan Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
1.3 Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.4 Manfaat Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.4.1 Secara Teoritis.....	Error! Bookmark not defined.
1.4.2 Manfaat Praktis	Error! Bookmark not defined.
<u>BAB II KAJIAN PUSTAKA</u>	Error! Bookmark not defined.
2.1 Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
2.2 Landasan Teori	Error! Bookmark not defined.
2.2.1 Pemasaran	Error! Bookmark not defined.
2.2.2 Personal Selling	Error! Bookmark not defined.
2.2.3 Product Knowledge.....	Error! Bookmark not defined.
2.2.4 Customer Relationship Management (CRM).....	Error! Bookmark not defined.
2.2.5 Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
2.3 Kerangka Pemikiran	Error! Bookmark not defined.
2.4 Hipotesis.....	Error! Bookmark not defined.
<u>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</u>	Error! Bookmark not defined.
3.1 Jenis Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.2 Definisi Operasional Variabel Dan Pengukuran Variabel	Error! Bookmark not defined.
3.2.1 Definisi Operasional	Error! Bookmark not defined.
3.2.2 Pengukuran Variabel.....	Error! Bookmark not defined.
3.2.3 Variabel Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel.....	Error! Bookmark not defined.
3.3.1 Populasi.....	Error! Bookmark not defined.

3.3.2 Sampel	Error! Bookmark not defined.
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel	Error! Bookmark not defined.
3.4 Teknik Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
3.4.1 Sumber Data	Error! Bookmark not defined.
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.5 Teknik Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
3.5.1 Uji Validitas.....	Error! Bookmark not defined.
3.5.2 Uji Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
3.5.3 Analisis Model Pengukuran (Inner Model)	Error! Bookmark not defined.
3.5.4 Uji Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
3.6 Waktu Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
<u>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</u>	Error! Bookmark not defined.
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	Error! Bookmark not defined.
4.1.1 Profile Objek Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.2 Logo Optik Nice Sidoarjo.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.3 Visi dan Misi Optik Nice Sidoarjo...	Error! Bookmark not defined.
4.2 Penyajian Data	Error! Bookmark not defined.
4.2.1 Data Responden	Error! Bookmark not defined.
4.2.2 Deskripsi Jawaban Variabel.....	Error! Bookmark not defined.
4.3 Hasil Analisis dan Pengujian Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
4.3.1 Hasil Uji Validitas	Error! Bookmark not defined.
4.3.2 Hasil Uji Realibilitas.....	Error! Bookmark not defined.
4.4 Analisis Model Struktural (Inner Model).....	Error! Bookmark not defined.
4.4.1 R-square (R^2)	Error! Bookmark not defined.
4.4.2 F-square.....	Error! Bookmark not defined.
4.5 Uji Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
4.5.1 Pengujian Hipotesis 1 (Personal Selling Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian)	Error! Bookmark not defined.
4.5.2 Pengujian Hipotesis 2 (Product Knowledge Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian)	Error! Bookmark not defined.
4.5.3 Pengujian Hipotesis 3 (Customer Relationship Management Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian)	Error! Bookmark not defined.

4.5.4 Pengujian Hipotesis 4 (Personal Selling, Product Knowledge, dan Customer Relationship Management Terhadap Keputusan Pembelian)	Error! Bookmark not defined.
4.6 Pembahasan.....	Error! Bookmark not defined.
4.6.1 Pengaruh Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
4.6.2 Pengaruh Product Knowledge Terhadap Keputusan Pembelian ...	Error! Bookmark not defined.
4.6.3 Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Keputusan Pembelian.....	Error! Bookmark not defined.
4.6.4 Personal Selling, Product Knowledge, dan Customer Relationship Management Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian.....	Error! Bookmark not defined.
4.7 Matriks Penelitian	Error! Bookmark not defined.
<u>BAB V</u> PENUTUP	Error! Bookmark not defined.
5.1 Kesimpulan.....	Error! Bookmark not defined.
5.2 Saran	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Global Eyewear Market Report 2023-2027	Error! Bookmark not defined.
Gambar 2.1 Simple Marketong System	Error! Bookmark not defined.
Gambar 2.2 Bauran Pemasaran	Error! Bookmark not defined.
Gambar 2.3 Arsitektur Pengelolaan CRM Untuk Pelanggan	Error! Bookmark not defined.
Gambar 2.4 Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.	Error! Bookmark not defined.
Gambar 2.5 Kerangka Berpikir	64
Gambar 4. 1 Logo Optik Nice Sidoarjo	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Pelanggan Optik Nice Sidoarjo 6 Bulan Terakhir.	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 1 Definisi Operasional	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 2 Instrumen Skala Likter.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 3 Parameter Uji Vliditas dalam model pengukuran PLS	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 4 Waktu Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 1 Tabel Responden Berdasarkan Usia	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 2 Tabel Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 3 Tabel Responden Berdasarkan Domisili.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Personal Selling (X1).....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Product Knowledge (X2).....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Customer Relationship Management (X3).....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 9 Hasil Uji Realibilitas.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 10 R-square Adjusted.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 11 F-square	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 12	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 13	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 14	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 15	Error! Bookmark not defined.

ABSTRAK

SHAFSA SAFHIRA IRAWANSYAH, 21042010237, Pengaruh *Personal Selling*, *Product Knowledge*, *Customer Relationship Management* Terhadap Keputusan Pembelian Di Optik Nice Sidoarjo.

Pesatnya perubahan pada era digitalisasi membuat persaingan bisnis pada saat ini kian ketat, terutama pada bidang pemasaran. Kondisi ini mendorong perusahaan untuk terus berinovasi guna meningkatkan nilai penjualan dan mempertahankan daya saing pasar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor-faktor seperti *personal selling*, *product knowledge*, dan *customer relationship management* terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini difokuskan pada Optik Nice Sidoarjo. Metode penelitian yang digunakan didalam penelitian ini ialah kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Data diperoleh melalui penyebaran kusioner kepada 100 responden yang merupakan pelanggan Optik Nice Sidoarjo. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *personal selling* dan *customer relationship management* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan untuk variable *product knowledge* menghasilkan pengaruh yang tidak signifikan terhadap keputusan pembelian di Optik Nice Sidoarjo. Temuan ini mengindikasikan bahwa kedekatan emosional dan komunikasi yang efektif lebih mempengaruhi daripada pengetahuan produk. Maka dari itu, perusahaan disarankan untuk fokus pada peningkatan kualitas pelayanan karyawan.

Kata Kunci : *Personal Selling*, *Product Knowledge*, *Customer Relationship Management*, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

SHAFA SAFHIRA IRAWANSYAH, 21042010237, *The Influence of Personal Selling, Product Knowledge, and Customer Relationship Management on Purchase Decisions at Optik Nice Sidoarjo.*

The rapid changes in the digitalization era have intensified business competition, especially in the field of marketing. This condition encourages companies to continuously innovate in order to increase sales value and maintain market competitiveness. This study aims to determine the influence of factors such as personal selling, product knowledge, and customer relationship management on purchase decisions. The research is focused on Optik Nice Sidoarjo. The research method used in this study is quantitative with an associative approach. Data was obtained by distributing questionnaires to 100 respondents who are customers of Optik Nice Sidoarjo. The results show that personal selling and customer relationship management have a significant positive influence on purchase decisions. Meanwhile, the product knowledge variable has an insignificant effect on purchase decisions at Optik Nice Sidoarjo. These findings indicate that emotional closeness and effective communication have a greater influence than product knowledge. Therefore, the company is advised to focus on improving the quality of employee services.

Keywords: *Personal Selling, Product Knowledge, Customer Relationship Management, Purchase Decision.*