

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dan penelitian yang telah dilakukan dan pembahasan pada bab sebelumnya, mengenai “Pengaruh *Personal Selling* Dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus PT. Plaza Auto Serasi “Plaza Toyota Gading Serpong)” maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. *Personal Selling* berpengaruh positif kepada Keputusan Pembelian. Dari hasil uji t, untuk variabel *Personal Selling* (X1) diperoleh nilai t hitung sebesar 2,749 dengan signifikansi 0,001 yang lebih kecil dari 0,05. Maka H1 diterima yang berarti *Personal Selling* (X1) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y). Hal ini menunjukkan bahwa semakin banyak kegiatan *personal selling* terhadap konsumen, maka semakin banyak pula tingkat keputusan pembelian.
2. *Brand Awareness* berpengaruh positif kepada Keputusan Pembelian. Dari hasil uji t, untuk variabel *Brand Awareness* (X2) diperoleh dari nilai t hitung sebesar 4,912 dengan signifikansi 0,001 yang lebih kecil dari 0,05. Maka H2 diterima yang berarti *Brand Awareness* (X2) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y). Hal ini menunjukkan bahwa dengan adanya

peningkatan terhadap *Brand Awareness*, maka akan berpengaruh pula terhadap keputusan pembelian.

3. Berdasarkan uji statistik F, diperoleh nilai F sebesar 17,266 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 atau lebih kecil dari 0,05. Hasil uji statistik F menunjukkan bahwa seluruh variabel independen yang terdiri dari *Personal Selling* (X1) dan *Brand Awareness* (X2) memiliki pengaruh simultan terhadap Keputusan Pembelian (Y).

B. Implikasi

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, kesimpulan penelitian di atas terdapat implikasi sebagai berikut :

1. Implikasi Teoritis

Implikasi berdasarkan hasil penelitian membuktikan bahwa dalam melaksanakan keputusan pembelian para pembeli, penting bagi perusahaan untuk memperhatikan *personal selling* dan *brand awareness* untuk ditujukan kepada pembeli.

2. Implikasi Manajerial

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi untuk PT. Plaza Auto Serasi mengenai kebijakan dalam upaya meningkatkan *personal selling* dan *brand awareness*.

3. Implikasi Metodologi

Dalam penelitian ini yang berjudul “PENGARUH *PERSONAL SELLING* DAN *BRAND AWARENESS* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA KONSUMEN PT. PLAZA AUTO SERASI “PLAZA TOYOTA GADING SERPONG”) peneliti menggunakan data primer untuk diolah melalui bantuan *software SPSS (Statistical Product and Service Solution)*. Data primer didapatkan dengan cara menyebarkan kuesioner langsung kepada responden yang akan diteliti.

ii. Saran

Adapun saran yang dapat dikemukakan melihat kenyataan bahwa *personal selling* dan *brand awareness*, memiliki pengaruh yang kuat dan positif terhadap keputusan pembelian. Melihat kenyataan, dibawah ini penulis memberikan beberapa saran yang mungkin akan sangat berguna untuk perusahaan terutama dalam hal mempengaruhi Keputusan pembelian :

1. Dengan kemampuan *personal selling* yang telah di miliki wiraniaga Plaza Toyota Gading Serpong sekarang sudah cukup baik, dan untuk kedepannya agar harus dapat di pertahankan pelatihan pelatihan yang membuat wiraniaga Plaza Toyota memiliki kemampuan yang baik bahkan ditingkatkan lagi, karena *personal selling* memiliki peranan yang penting dalam proses penjualan sehingga dengan peranan *personal selling* yang baik akan

mempercepat keputusan pembelian sehingga meningkatkan produktifitas perusahaan.

2. Dengan saluran *brand awareness* yang telah ada sekarang sudah cukup baik serta untuk kedepannya PT. Plaza Auto Serasi “Plaza Toyota Gading Serpong” harus dapat memperhatikan saluran *brand awareness*. Meningkatkan pengawasan terhadap *brand* untuk mengurangi risiko dan ketepatan waktu pengiriman sampai ke tangan konsumen, hal ini juga dapat meningkatkan keputusan pembelian.
3. Bagi peneliti selanjutnya, hendaknya untuk memperluas variabel penelitian tidak hanya, *personal selling* dan *brand awareness* tetapi juga variabel-variabel lainnya seperti loyalitas merek, citra merek, promosi dan lain-lain, sehingga diperoleh informasi yang lebih lengkap tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, penulis mengharapkan dapat bermanfaat dan dapat menambah ilmu pengetahuan dan pengalaman mengenai *personal selling* dan *brand awareness* terhadap keputusan pembelian, terutama dalam mengaplikasikan teori yang telah diterima di Universitas Buddhi Dharma dengan praktek di lapangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Nana Herdiana. (2015). Manajemen Strategi Pemasaran. Bandung: CV PUSTAKA SETIA
- Alma, Buchari. (2014). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfa Beta.
- Daryanto. (2014). Seri Kuliah Manajemen Pemasaran. Cetakan II. PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera. Bandung.
- Oentoro, Deliyanto. (2015). Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta. LakbangPRESSindo.
- Suyonto, Danang. (2015). Dasar-dasar Manajemen Pemasaran, Cetakan Pertama, Caps, Yogyakarta.
- Widiana, Muslichah Erma dan Bonar Sinaga. (2016). Manajemen Pemasaran. Bandung: Karya Putra Darwati.
- Tjiptono, Fandy Gregorius Chandra. (2015). Pemasaran Strategik. Yogyakarta, ANDI.
- Sugiyono. (2014). Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif, data kuantitatif. Bogor.
- Ebert dan Griffin. (2014). Pengantar Bisnis. Penerbit Erlangga. Jakarta
- http://eprints.ums.ac.id/31031/10/9RR_naskah_publicasi.pdf
- <https://ojs.unud.ac.id/index.php/bse/article/view/2187/1386>
- http://journal.bakrie.ac.id/index.php/Journal_Communication_spectrum/article/view/283/247

Lampiran 1

KUESIONER

Kepada Yth

Saudara/i Responden

Ditempat,

Dalam rangka penyusunan skripsi tentang kepatuhan wajib pajak, saya membutuhkan data dan informasi terkait. Untuk itu saya sangat mengharapkan partisipasi Bapak/Ibu/Sdr/i sebagai responden.

Data Responden

Berilah tanda centang (√) sesuai dengan data diri Anda :

Berdomisili Tangerang : Ya Tidak

Menyukai produk Toyota : Ya Tidak

Konsumen di Plaza Toyota Gading Serpong : Ya Tidak

Jenis Kelamin : L P

Data Penelitian

Berilah tanda centang (√) sesuai dengan data diri Anda :

Keterangan	Bobot
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Variabel X₁ Personal Selling (X1)

No.	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1	Wiraniaga Plaza Toyota memiliki kegigihan dalam mencari prospek sehingga membuat anda menjadi yakin untuk membeli.					
2	Wiraniaga Plaza Toyota menjalin hubungan yang baik kepada anda sebagai konsumen.					
3	Wiraniaga Plaza Toyota memberikan pelayanan yang ramah dan sopan kepada anda.					
4	Wiraniaga Plaza Toyota memberikan informasi yang jelas dan akurat kepada anda.					
5	Plaza Toyota memiliki tenaga penjual yang terlatih dan profesional di bidangnya.					
6	Wiraniaga Plaza Toyota memiliki kemampuan dalam penguasaan Knowledge produk yang baik.					
7	Wiraniaga Plaza Toyota memiliki kemampuan menjual yang baik, sehingga mempengaruhi anda dalam membeli.					
8	Wiraniaga Plaza Toyota tetap memberikan pelayanan yang baik meskipun setelah pasca pembelian.					
9	Wiraniaga Plaza Toyota mampu menentukan pelanggan sesuai dengan segmentasi produk yang di jual Toyota.					
10	Wiraniaga Plaza Toyota mampu mengolongkan segmentasi pasar dengan tepat sasaran.					

Variabel X₂ Brand Awareness (X2)

No.	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1	Merek Plaza Toyota sudah dikenal banyak orang.					
2	Merek Plaza Toyota mudah diingat.					
3	Saya memiliki keinginan untuk membeli produk di Plaza Toyota karena harga yang ditawarkan lebih terjangkau dari tempat lain.					
4	Plaza Toyota mempunyai reputasi penjualan yang baik.					
5	Plaza Toyota memiliki banyak jenis mobil dan harga yang lengkap sesuai dengan segmentasi produknya sehingga dapat menjawab semua kebutuhan anda.					
6	Saya percaya Plaza Toyota memiliki kualitas produk yang baik.					
7	Plaza Toyota memiliki logo yang mudah diingat.					
8	Toyota membantu konsumen melekat pada merek tersebut dan daya jelajah merek tersebut akan menjadi sangat tinggi dalam benak konsumen.					
9	Toyota memiliki rasa suka yang sangat tinggi kepada konsumen.					
10	Merek Toyota memiliki komitmen yang sangat tinggi untuk meningkatkan daya tarik konsumen.					

Variabel Y Keputusan Pembelian (Y)

No.	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1	Keputusan pembelian tentu saja di dasari dengan adanya kebutuhan anda akan produk atau jasa tersebut, untuk memenuhi sesuai kebutuhan saya.					
2	Produk yang di tawarkan Plaza Toyota bervariasi sesuai dengan kebutuhan saya.					
3	Plaza Toyota selalu memudahkan saya dalam mendapatkan informasi produk melalui media massa (iklan di tv, Koran, brosur, sosial media).					
4	Saya akan membandingkan produk yang satu dengan produk yang lain sebelum saya memutuskan untuk membeli.					
5	Kecepatan waktu dalam pengiriman barang mempengaruhi saya dalam membeli.					
6	Saya akan membeli produk di Plaza Toyota apabila harga yang di tawarkan menarik dan sesuai dengan budget yang saya siapkan.					
7	Ketersediaan produk akan mempengaruhi saya dalam membeli produk di Plaza Toyota					
8	Dengan berkembangnya jaman, membuat gaya hidup mempengaruhi saya dalam membeli kendaraan roda empat di Plaza Toyota.					
9	Lokasi yang strategis dan dekat dengan domisili saya mempengaruhi saya dalam membeli produk di Plaza Toyota.					
10	Pengalaman saya yang puas atas membeli produk di Plaza Toyota mempengaruhi saya untuk membeli kembali di Plaza Toyota Gading Serpong.					

Lampiran 2

TABEL HASIL JAWABAN RESPONDEN

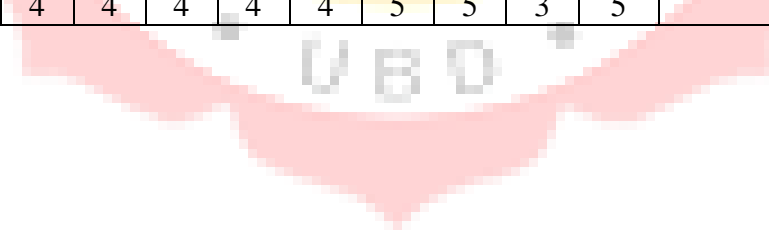
NO.	PERSONAL SELLING										Total
	(X1)										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	43
2	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	44
3	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	47
4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	38
5	4	3	3	4	4	4	4	2	4	3	35
6	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	43
7	3	5	5	5	4	5	5	5	4	4	45
8	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	43
9	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	43
10	4	3	4	4	3	3	4	5	5	5	40
11	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	44
12	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	44
13	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	38
14	4	5	5	5	5	4	4	3	4	3	42
15	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	42
16	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	46
17	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39
18	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	44
19	5	3	4	4	4	5	5	5	5	5	45
20	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
21	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	46
22	3	4	4	5	5	5	4	4	5	4	43
23	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	44
24	5	4	3	3	4	4	5	4	4	4	40
25	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	43
26	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	38
27	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	40
28	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	37
29	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	42

68	4	3	3	4	4	3	3	4	5	5	38
69	4	3	4	3	3	4	4	5	5	5	40
70	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	46
71	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	48
72	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	45
73	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	45
74	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	44
75	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	44
76	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	43
77	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
78	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
79	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	41
80	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	45
81	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	44
82	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41
83	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	44
84	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	46
85	4	4	4	4	3	4	5	2	4	3	37
86	4	4	4	4	5	5	5	3	4	3	41
87	5	4	4	4	3	3	4	5	5	5	42
88	4	4	4	4	4	3	3	4	4	5	39
89	5	4	4	4	3	3	4	4	4	5	40
90	5	5	5	4	4	3	4	4	4	4	42
91	4	5	5	4	4	3	4	4	4	4	41
92	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	40
93	4	4	4	4	3	4	3	4	5	4	39
94	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
95	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	40
96	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	44
97	4	4	4	4	3	3	4	5	4	4	39
98	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	47
99	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	43
100	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	44

NO.	BRAND AWARENESS										
	(X2)										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Total
1	4	4	5	5	3	3	4	4	4	4	40
2	4	5	5	5	4	4	4	3	4	3	41
3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	47
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	4	4	5	5	5	5	4	3	4	3	42
6	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	43
7	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	47
8	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	42
9	4	4	5	5	3	3	4	4	4	4	40
10	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	45
11	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	38
12	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	40
13	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	43
14	4	5	5	4	3	3	4	3	4	4	39
15	4	5	4	5	3	3	4	3	4	4	39
16	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	43
17	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	44
18	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	45
19	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	46
20	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	44
21	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	48
22	5	5	5	5	5	4	3	2	5	4	43
23	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	42
24	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	45
25	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	42
26	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	45
27	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	44
28	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
29	4	4	5	5	3	3	4	4	4	4	40
30	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	37
31	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	43
32	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	48
33	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	45
34	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	44
35	4	5	5	5	4	4	4	3	4	4	42

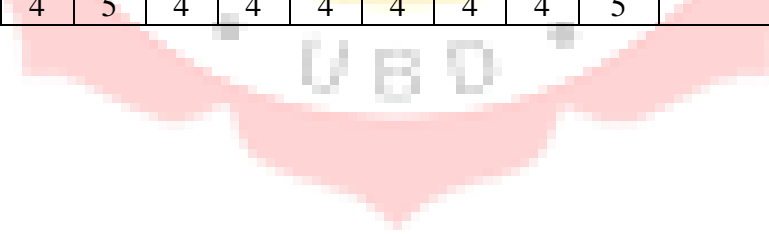
36	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	44
37	4	4	5	5	5	5	3	3	4	3	41
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
39	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	40
40	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	44
41	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	45
42	4	4	4	5	5	5	4	3	4	3	41
43	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	48
44	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	43
45	4	5	5	4	4	4	4	3	4	3	40
46	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
47	4	4	4	4	3	3	4	5	5	5	41
48	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	43
49	4	4	4	5	3	3	3	4	4	4	38
50	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	48
51	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	36
52	3	3	3	3	3	3	5	4	5	5	37
53	3	3	3	3	3	4	4	4	5	5	37
54	3	3	3	4	4	4	5	4	5	5	40
55	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	34
56	3	3	4	4	4	4	4	4	5	4	39
57	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	35
58	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	38
59	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	37
60	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	38
61	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	42
62	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
63	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	44
64	4	5	4	5	5	5	4	3	4	4	43
65	4	5	4	5	5	5	4	3	4	4	43
66	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	42
67	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	45
68	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	48
69	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	44
70	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	48
71	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	44
72	4	4	4	4	5	5	3	2	4	5	40
73	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	42

74	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	47
75	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	42
76	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	43
77	4	4	4	3	4	5	5	4	4	4	41
78	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	37
79	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
80	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
81	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	45
82	5	5	5	5	5	4	4	3	4	3	43
83	4	4	4	4	3	3	5	5	5	5	42
84	5	3	4	4	4	5	4	4	4	4	41
85	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	38
86	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
87	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49
88	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	41
89	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	48
90	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	38
91	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	42
92	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	35
93	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	45
94	5	5	5	5	5	4	4	3	4	4	44
95	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
96	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
97	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	44
98	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	44
99	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	35
100	4	4	4	4	4	4	5	5	3	5	42



NO.	KEPUTUSAN PEMBELIAN										
	(Y)										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Total
1	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	38
2	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
3	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	46
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	4	3	4	4	4	5	5	3	3	3	38
6	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	43
7	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	43
8	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
9	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	44
10	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	47
11	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	45
12	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	42
13	5	4	4	4	4	5	5	3	3	4	41
14	5	3	3	5	4	4	4	4	4	3	39
15	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	38
16	5	5	4	4	3	4	4	5	4	5	43
17	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	45
18	5	4	4	4	5	5	4	3	3	5	42
19	5	5	5	4	5	4	5	3	3	5	44
20	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	46
21	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	48
22	4	4	3	4	5	5	5	4	4	4	42
23	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	42
24	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	41
25	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	44
26	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	45
27	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	43
28	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	42
29	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	42
30	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	46
31	4	3	4	4	4	5	5	5	4	3	41
32	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	44
33	5	4	5	4	4	5	5	3	3	5	43
34	4	4	4	4	4	4	3	3	3	5	38
35	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	43

74	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	45
75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
76	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	42
77	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	43
78	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	44
79	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	42
80	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	44
81	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	40
82	5	4	4	4	4	3	4	3	3	4	38
83	5	4	5	4	4	4	4	4	3	5	42
84	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
85	4	3	4	5	5	5	5	5	4	3	43
86	4	3	4	5	5	5	5	5	4	3	43
87	4	4	5	4	4	4	4	3	3	5	40
88	5	4	5	5	3	4	4	4	5	5	44
89	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
90	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
91	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	47
92	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	38
93	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	46
94	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	40
95	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	42
96	5	4	4	3	4	4	4	4	3	4	39
97	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	45
98	4	4	3	5	5	5	5	5	4	4	44
99	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	38
100	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	43





SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Robet
NIM : 20150500019
Fakultas / Jurusan : Bisnis / Manajemen
Universitas : Universitas Buddhi Dharma Tangerang

Adalah benar telah melakukan penelitian dalam rangka penelitian skripsi yang berjudul "*Pengaruh Personal Selling dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen PT. Plaza Auto Serasi "Plaza Toyota Gading Serpong")*".

Demikian surat ini kami sampaikan, atas kerja samanya kami ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,


**PT. PLAZA AUTO SERASI
JAKARTA**

Harry Orga Pratama

(Brand Manager)