

## ABSTRAK

Jaja Abdul Jalil. Program Pasca Sarjana Universitas Jenderal Soedirman Purwokerto. Analisis Pengaruh *Personal Selling*, *Direct Marketing* Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Umkm Mitra Gorden Majalengka. Pembimbing Utama: Prof. Dr. Pramono Hari Adi, M.S Pembimbing Kedua: Dr. Nur Choirul Afif, S.E, M.Si

Penelitian bertujuan untuk menganalisis pengaruh *personal selling*, *direct marketing* dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian produk UMKM Mitra Gorden Majalengka. Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode survey. Metode pengambilan sampel menggunakan *simple random sampling*, survey dilakukan terhadap 78 responden yang merupakan konsumen UMKM Mitra Gorden Majalengka. Metode analisis data yang digunakan adalah Regresi Linier Berganda dengan bantuan program SPSS . Berdasarkan hasil analisis dapat disimpulkan bahwa *personal selling*, *direct marketing* dan persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk UMKM Mitra Gorden Majalengka

Implikasi penelitian ini yaitu bagi manajemen UMKM Mitra Gorden Majalengka hendaknya meningkatkan kemampuan karyawan dalam berkomunikasi dengan calon pelanggan terutama penguasaan pengetahuan mengenai produk, dan adanya pelatihan secara berkala bagi tim sales agar bisa menentukan pelanggan mana yang prospek untuk ditinjau lanjuti sampai terjadi pembelian. Dari sisi *direct marketing* hendaknya memperluas sasaran iklan di media social dengan konten yang lebih beragam tidak hanya gambar tetapi berupa video pendek. Mengenai persepsi harga hendaknya terus mempertahankan kualitas produk, karena banyak pelanggan yang berpandangan bahwa harga yang tinggi berbanding dengan kualitas yang didapatkan.

Keyword : *personal selling*, *direct marketing*, persepsi harga dan keputusan pembelian.

## ABSTRACT

Jaja Abdul Jalil Post Graduate Program of Jenderal Soedirman University Purwokerto. *Analyze personal selling, direct marketing and price perceptions of the purchasing decisions of MSME products of Mitra Gorden Majalengka.* Main Advisor: Prof. Dr. Pramono Hari Adi, M.S Second Advisor: Dr. Nur Choirul Afif, S.E, M.Si

The study aims to analyze *personal selling, direct marketing* and price perceptions of the purchasing decisions of MSME products of Mitra Gorden Majalengka. The research was conducted using the survey method. The sampling method uses *simple random sampling*, the survey was conducted on 78 respondents who are consumers of MSMEs Mitra Gorden Majalengka. The data analysis method used is Multiple Linear Regression with the help of the SPSS program. Based on the results of the analysis, it can be concluded that personal selling, direct marketing and price perception have a significant positive effect on the purchasing decision of MSME products of Mitra Gorden Majalengka

The implication of this research is that for MSME management, Mitra Gorden Majalengka should improve the ability of employees to communicate with potential customers, especially mastery of knowledge about products, and regular training for the sales team in order to determine which customers are prospects to be reviewed until a purchase occurs. In terms of direct marketing, it should expand the target of advertising on social media with more diverse content, not only images but in the form of short videos. Regarding the perception of price, it should continue to maintain product quality, because many customers are of the view that a high price is compared to the quality obtained.

Keywords: personal selling, direct marketing, price perception and purchasing decisions.