

**STRATEGI PEMASARAN “FACE TO FACE SELLING”
DAN PENGARUH PADA PENJUALAN PRODUK PIA BASAH PADA
PT. SURYA FOOD INDONESIA**



Oleh:

Andryana Yulyanti

202110210311101

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN-PETERNAKAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2025

**STRATEGI PEMASARAN “FACE TO FACE SELLING”
DAN PENGARUH PADA PENJUALAN PRODUK PIA BASAH PADA
PT. SURYA FOOD INDONESIA**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pertanian
Strata 1 (S1) Pada Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian-Peternakan
Universitas Muhammadiyah Malang



Oleh:

Andryana Yulyanti

202110210311101

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN-PETERNAKAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2025

HALAMAN PENGESAHAN

STRATEGI PEMASARAN “FACE TO FACE SELLING” DAN PENGARUH PADA PENJUALAN
PRODUK PIA BASAH PADA PT. SURYA FOOD INDONESIA

Oleh:

ANDRYANA YULYANTI

NIM: 202110210311101

Disusun berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Pertanian - Peternakan Universitas Muhammadiyah Malang Nomor: E.2.c/431/FPP-UMM/VIII/2025 dan rekomendasi Komisi Skripsi Fakultas Pertanian - Peternakan UMM pada tanggal: 13 Agustus 2025 dan keputusan Ujian Sidang yang dilaksanakan pada tanggal: 27 September 2025

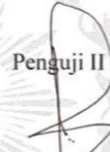
Dewan Penguji

Penguji I



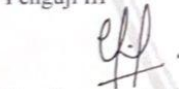
Dr. Ir. Bambang Yudi Ariadi, M.M.
NIDN. 0720026601

Penguji II



Dr. Ir. Istis Baroh, M.P
NIDN. 0705016001

Penguji III



Nur Ocvanny Amir, S.P., M.P
NIDN. 0715109001

Penguji IV



Prof. Dr. Ir. Rahayu Relawati, M.M
NIDN. 0001016504

Ketua Program Studi



Prof. Dr. Ir. Warkoyo, MP., IPM
NIDN. 0005036402

Ir. Arv Bakhtiar, S.P., M.Si., IPM., ASEAN Eng
NIDN. 0701019202

HALAMAN PERSETUJUAN

STRATEGI PEMASARAN “*FACE TO FACE SELLING*”
DAN PENGARUH PADA PENJUALAN PRODUK PIA BASAH PADA
PT. SURYA FOOD INDONESIA

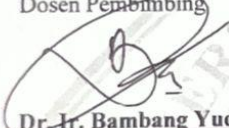
Oleh:

ANDRYANA YULYANTI
NIM : 202110210311101

Disetujui Oleh:

Malang, 10 Oktober 2025

Dosen Pembimbing


Dr. Ir. Bambang Yudi Ariadi, M. M.
NIP. 10589090106


Malang, 10 Oktober 2025
Menyetujui:

Ketua Program Studi Agribisnis

A.n. Dekan,
Wakil Dekan I,



Ir. Henk Sukorini, M.P., Ph.D., IPM
NIP. 10593110359


Ir. Ary Bakhtiar, S.P., M.Si., IPM., ASEAN Eng
NIP. 170801011992

SURAT PERNYATAAN

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Andryana Yulyanti

NIM : 202110210311101

Program Studi : Agribisnis

Fakultas : Pertanian - Peternakan

Perguruan Tinggi: Universitas Muhammadiyah Malang

Menyatakan dengan sebenarnya dan sesungguhnya, bahwa skripsi atau karya ilmiah berjudul STRATEGI PEMASARAN “FACE TO FACE SELLING” DAN PENGARUH PADA PENJUALAN PRODUK PIA BASAH PADA PT. SURYA FOOD INDONESIA

Skripsi ini adalah milik saya sendiri yang disusun berdasarkan serangkaian penelitian yang saya lakukan dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada program sejenis diperguruan tinggi manapun, semua data dan informasi yang digunakan telah dinyatakan secara jelas dan dapat diperiksa kebenarannya.

1. Penulis skripsi ini tidak ada plagiasi, duplikasi ataupun replikasi terhadap hasil penelitian ini dari pihak-pihak manapun yang menyebarkan hasil penelitian ini tidak otentik, kecuali secara tertulis diacu dalam skripsi dan disebutkan rujukannya dalam daftar pustaka.
2. Skripsi ini disusun berdasarkan persetujuan dan bimbingan dari dewan pembimbing dan telah diujikan dihadapan dewan penguji tugas akhir Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian - Peternakan Universitas Muhammadiyah Malang. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan bertanggung jawab.


Malang, 10 Oktober 2025

Mengetahui Dosen Pembimbing Utama


Dr. Ir. Bambang Yudi Ariadi, M. M.

NIDN : 0720026601

Yang Menyatakan


Andryana Yulyanti

NIM : 202110210311101

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “STRATEGI PEMASARAN “*FACE TO FACE SELLING*” DAN PENGARUH PADA PENJUALAN PRODUK PIA BASAH PADA PT. SURYA FOOD INDONESIA”. Skripsi penelitian ini dapat penulis selesaikan berkat bantuan dan bimbingan berbagai pihak, maka penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan nikmat yang luar biasa sehingga penulis dapat menyelesaikan pengerjaan skripsi sampai akhir.
2. Bapak Prof. Dr. Ir. Warkoyo, MP., IPM selaku Dekan Fakultas Pertanian - Peternakan Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Bapak Dr. Ir. Bambang Yudi Ariadi, M. M. selaku pembimbing utama yang telah memberikan motivasi kepada saya dalam menghadapi proses skripsi yang sedang berlangsung serta memberikan saran dan masukan kepada penulis dengan sabar dan juga banyak membantu dalam penyusunan skripsi ini.
4. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian - Peternakan Universitas Muhammadiyah Malang yang telah mengajari dan memberikan ilmunya kepada penulis.
5. Kedua orang tua tercinta papa dan mama saya yang selalu mendoakan dengan tulus, mendukung, menyemangati, memberikan motivasi saya selama kuliah ini hingga proses penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh teman – teman dan juga pihak – pihak lain yang telah membantu penulisan skripsi ini, yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Semoga Allah SWT memberikan balasan yang lebih baik kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Selanjutnya penulis menyampaikan permohonan maaf apabila ada kekurangan dan kesalahan yang sebesar – besarnya. Atas perhatiannya disampaikan banyak – banyak terimakasih.

Malang, 10 Oktober 2025

Andryana Yulyanti

Daftar Isi

| | |
|---|-----|
| Halaman Judul | |
| Halaman Persetujuan..... | i |
| Halaman Pengesahan..... | ii |
| Surat Pernyataan..... | iii |
| Kata Pengantar | vi |
| Daftar Isi..... | vii |
| Daftar Tabel..... | ix |
| Daftar Gambar | x |
| Daftar Lampiran..... | xi |
| Abstract | xii |
| Abstrak | xii |
| BAB I | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 3 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 3 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 4 |
| BAB II | 5 |
| 2.1 Penelitian Terdahulu | 5 |
| 2.2 Landasan Teori | 6 |
| 2.2.1 Teori Komunikasi Penjualan | 6 |
| 2.2.2 Teori Kepercayaan Diri/ <i>Self Confidence</i> | 8 |
| 2.2.3 Pengertian Penjualan Tatap Muka (<i>Face to Face Selling</i>) | 9 |
| 2.2.4 Penjualan Produk | 10 |
| 2.3 Kerangka Pemikiran | 12 |
| 2.4 Hipotesis | 13 |
| BAB III | 14 |
| 3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian | 14 |
| 3.3 Jenis dan Sumber Data | 14 |

| | |
|---|----|
| 3.4 Metode Pengumpulan Data | 15 |
| 3.5 Metode Analisis Data | 15 |
| 3.5.1 Analisis Deskriptif Kuantitatif | 16 |
| 3.5.2 Analisis Jalur | 17 |
| 3.7 Definisi Operasional | 19 |
| 3.7.1 Komunikasi Penjualan (X1) | 19 |
| 3.7.2 Kepercayaan diri/ <i>self confidence</i> (X2) | 19 |
| 3.7.3 Face to Face Selling (Z) | 20 |
| 3.7.4 Penjualan Produk (Y) | 20 |
| BAB IV | 22 |
| 4.1 Profil Industri Penelitian | 22 |
| BAB V | 23 |
| 5.1 Deskripsi Responden | 23 |
| 5.2 Analisis Komunikasi Penjualan Produk Pia Basah pada PT. Surya Food Indonesia | 27 |
| 5.3 Analisis Kepercayaan Diri Tenaga Penjual Produk Pia Basah pada PT. Surya Food Indonesia | 29 |
| 5.4 Analisis Strategi Pemasaran <i>Face to Face Selling</i> Produk Pia Basah pada PT. Surya Food Indonesia | 32 |
| 5.5 Analisis Jalur <i>Face to Face Selling</i> terhadap Penjualan Produk Pia Basah pada PT. Surya Food Indonesia | 34 |
| 5.5.1 Hasil Evaluasi Outer Model (Model Pengukuran) | 34 |
| 5.5.2 Hasil Evaluasi Inner Model (Model Struktural) | 37 |
| 5.5.3 Uji Hipotesis | 43 |
| Bab VI | 45 |
| Kesimpulan | 45 |
| Saran | 46 |

Daftar Tabel

| | |
|---------------|----|
| Tabel 1..... | 21 |
| Tabel 2..... | 23 |
| Tabel 3..... | 24 |
| Tabel 4..... | 25 |
| Tabel 5..... | 25 |
| Tabel 6..... | 26 |
| Tabel 7..... | 27 |
| Tabel 8..... | 28 |
| Tabel 9..... | 30 |
| Tabel 10..... | 30 |
| Tabel 11..... | 32 |
| Tabel 12..... | 35 |
| Tabel 13..... | 35 |
| Tabel 14..... | 36 |
| Tabel 15..... | 36 |
| Tabel 16..... | 37 |
| Tabel 17..... | 38 |
| Tabel 18..... | 39 |
| Tabel 19..... | 43 |

Daftar Gambar

| | |
|---------------|----|
| Gambar 1..... | 12 |
| Gambar 2..... | 19 |
| Gambar 3..... | 23 |



Daftar Lampiran

Lampiran 1. Cek Plagiasi.....56

Lampiran 2. Kuesioner Penelitian..... 57

Lampiran 3. Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden..... 61

Lampiran 4. Hasil Analisis.....65



Daftar Pustaka

- Aldy Santo Hegiarto, & Rani Sapitri. (2023). *Implementation of personal selling and direct marketing in increasing sales turnover at Agency Centre HNI Cianjur*. ResearchGate.
- Anggreini, M. E., Hasmawati, F., & Trisiah, A. (2024). Strategi Komunikasi Pemasaran Anggrek Souvenir Dalam Mempromosikan Produk. *Pubmedia Social Sciences And Humanities*, 1(3), 18. <https://doi.org/10.47134/Pssh.V1i3.176>
- Ardiansyah, F. (2022). Peran self-confidence dalam personal selling pada industri makanan. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 11(1), 22–30.
- Ardik Praharjo. (2019). Perilaku Pembelian Secara Online Generasi Milenial Indonesia. Dalam *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Media Ekonomi: Vol. XIX* (Nomor 1).
- Ayu, S. F., Stefani, E., Satriani, R., Darnetti, D., Rahayu, V. I., Fauzia, G., Syamsuddin, A., Wisra, R. F., Susanti, E., & Fitrianti, S. (2023). *Akuntansi agribisnis*. CV HEI Publishing Indonesia. ISBN 978-623-09-9519-4
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control* (Vol. 11). Freeman.
- Bella Purnama. (2022). *Efektivitas Sistem Face To Face Marketing Terhadap Loyalitas Nasabah Yang Menggunakan Produk Tabungan Easy Wadiah (Studi Di PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Panorama Kota Bengkulu)*. <http://repository.iainbengkulu.ac.id/8756/1/Bella%20purnama.pdf>
- Ben Messaoud, H. E. (2022). International Journal of Economics and Management Studies. *International Journal of Economics and Management Studies*, 9(7), 1–5. <https://doi.org/10.14445/23939125/ijems-v9i7p101>
- Bungin, B. (2017). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, Dan Ilmu Sosial Lainnya* (Vol. 2). Kencana.
- Davies, P. (2004). Meningkatkan Rasa Percaya Diri. *Yogyakarta: Torrent Books*.
- eHotelier Insights. (2024). *The value of face-to-face meetings: Accor's research reveals a path to higher revenues*. eHotelier.

https://insights.ehotelier.com/globalnews/2024/11/27/the-value-of-face-to-face-meetings-accors-research-reveals-apat-to-higher-revenues/?utm_source

Fajriyah, L. (2021). *Analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan pada UMKM Cake Pisang Raja Impian Tuban*. ResearchGate.

Firmansyah. (2020). Buku Komunikasi Pemasaran. In *Jurnal Penelitian Pendidikan Guru Sekolah Dasar* (Vol. 6, Issue August).

Fitri, M. (2014). *Hubungan Antara Kepercayaan Diri Dengan Komunikasi Interpersonal Pada Masa Dewasa Awal Di Kampung Blang Kolak I Kecamatan Bebesan Takengon*. Universitas Medan Area.

Fitriani, A. (2022). *Analisis Perilaku Konsumen terhadap Produk Makanan Olahan di Surabaya*. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 9(2), 155–168.

Ghozali, I. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Glejser, H. (1969). A new test for heteroskedasticity. *Journal of the American Statistical Association*, 64(325), 316-323.

Gujarati, D. N., & Porter, D. C. (2020). *Basic Econometrics* (6th ed.). McGraw-Hill Education.

Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Evaluation of reflective measurement models*. In *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R* (pp. 75–90). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7_4

Hakim, T. (2004). *Mengatasi Rasa Tidak Percaya Diri (Edisi Kedua)*. Jakarta: Puspa Swarsa.

Hanatasya Aulia Risda Puspitasari, Tarrisya Durroh Fitrinda, Giyo Sekhan Abdillah, Izzat Rahman+, & Dhian Satria Yudha Kartika. (2024). *Pemberdayaan Perempuan Desa Melalui Pelatihan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Kewirausahaan Lokal*.

- Handayani, S. (2023). *Efektivitas Komunikasi Pemasaran Digital terhadap Minat Beli Konsumen UMKM*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 12(1), 44–59.
- Henseler, J., Hubona, G., & Ray, P. A. (2016). Using PLS path modeling in new technology research: Updated guidelines. *Industrial Management & Data Systems*, 116(1), 2–20. <https://doi.org/10.1108/IMDS-09-2015-0382>.
- Hutabarat, R. (2020). Pengaruh komunikasi penjualan terhadap penjualan produk pada industri makanan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 15(1), 45–54.
- Kadir, A., Ridjal, S., & Sjahrudin, H. (2020). Personal Selling, Sales Promotion, And Intention Revisit: The Mediating Role Of Reputation. *European Journal Of Business And Management Research*, 5(6), 1–6. <https://doi.org/10.24018/Ejbmr.2020.5.6.645>
- Kana, T. (2020). Face To Face Sales And Sales Promotions Have A Positive Effect On Gold Jewelry Purchasing Decisions. *International Journal Of Social Science And Business*, 4(4), 446–452. <https://doi.org/10.23887/Ijssb.V4i4.28630>
- Kock, N. (2004). The psychobiological model: Towards a new theory of computermediated communication based on darwinian evolution. *Organization Science*, 15(3). <https://doi.org/10.1287/orsc.1040.0071>
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for humanity*. John Wiley & Sons.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson Education. <https://app.box.com/s/jl6fgnp2xrpxv0evjq6jlicklh7d3s0e>
- Khoiriyah, U., & Putra, P. (2022). Analisis Jalur Pengaruh Pengambilan Keputusan Bertransaksi Melalui BSI Mobile. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3), 2522. <https://doi.org/10.29040/Jiei.V8i3.6455>.

- Labanauskaitė, D., Fiore, M., & Stašys, R. (2020). Use of E-marketing tools as communication management in the tourism industry. *Tourism Management Perspectives*, 34, 100652.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100652>
- Lestari, N. (2021). Pengaruh kepercayaan diri tenaga penjual terhadap efektivitas penjualan langsung. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 9(2), 67–75.
- Liliyana. (2020). *Implementasi Bauran Promosi Pada Usaha Kuliner Restoran Bumbu Desa Ciledug Di Masa Pandemi Covid-19*.
- Manafe, L. A., & Pramita, K. (2022). Personal Selling Implementation And AIDA Model; Attention, Interest, Desire, Action. *IJEED (International Journal Of Entrepreneurship And Business Development)*, 5(3), 487–494.
<https://doi.org/10.29138/Ijebd.V5i3.1846>
- Mari Lee, J. M., & Suarez, G. (2020). Face-To-Face Selling Increases Sales Performance Of Real Estate Agents In The Philippines. Face-To-Face Selling Increases Sales Performance Of Real Estate Agents In The Philippines. *International Journal Of Accounting, Finance And Business (IJAFB)*, 5(26), 8–13.
- McKinsey & Company. (2020). *These eight charts show how COVID-19 has changed B2B sales forever*. McKinsey.
- Miftah, R. (2021). Strategi bauran promosi melalui personal selling yang dilakukan Café Sendja. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 12(2), 45–56.
- Nugroho, I. C. (2022). *Studi komparasi efektivitas penjualan antara model konsinyasi dan direct selling terhadap usaha mikro minuman tradisional* (Repository UIN Saizu Purwokerto).
- Nuraini, S. (2021). Pengaruh kemampuan komunikasi interpersonal tenaga penjual terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 8(1), 55–64.
- Nurjaya, N., Dutawaskita, N. I., Erlangga, H., Hastono, H., & Sunarsi, D. (2022). Pengaruh Personal Selling Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Yang

- Berdampak Pada Loyalitas Pelanggan Pada PT. Lautan Surga di Jakarta. *Jurnal Tadbir Peradaban*, 2(1), 80-92.
- Nursyamsi, S., Siregar, N., & ... (2022). Strategi Komunikasi Personal Selling Merchandiser Display General Trade Dalam Memenuhi Target Penjualan Di PT Kalbe Nutritional Cabang Bekasi: Studi Deskriptif Produk *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(3), 255–265.
[Http://jurnalprisanicendekia.com/index.php/jbc/article/view/111](http://jurnalprisanicendekia.com/index.php/jbc/article/view/111)
<http://jurnalprisanicendekia.com/index.php/jbc/article/download/111/114>
- Panata Gama, F. H., & Utami, A. R. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pintaar.Com. *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)*, 3(August), 202–212.
<https://doi.org/10.36441/snpk.vol3.2024.223>
- Prasetyo, A. (2022). Pengaruh komunikasi penjualan terhadap minat beli konsumen pada industri makanan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(2), 112–123.
- Purnamasari, F., Endang Syarif, & Haryati, S. (2022). The Effect Of Sales Promotion On Sales Volume. *Chron*, 6(2). <https://smallbusiness.chron.com/Effect-SalesPromotion-Sales-Volume-5051.html>.
- Putra, A. (2021). Analisis Regresi Linear Berganda dalam Mengukur Pengaruh Promosi dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 7(1), 45–56.
- Putra, A. (2022). Hubungan kepercayaan diri tenaga penjual dengan keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 11(1), 45–56.
- Putri, B. C. A. (T.T.). *Analisis Peramalan Produksi Dan Konsumsi Daging Sapi Di Jawa Timur*.
- Qlichev, B. (2024). *Problematic aspects of organizing cyp-analysis in the enterprises of uzbekistan*. May.

- Rahman, A. (2022). Peran strategi face to face selling terhadap keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Pemasaran*, 10(1), 25–34.
- Rahmawati, N., & Fajar, A. (2022). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada UMKM kuliner. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 10(2), 120–134.
- Rahmawati, S. (2023). Efektivitas Komunikasi Pemasaran Digital Terhadap Kesadaran Merek Dan Keputusan Pembelian Apartemen Majestic Point Serpong Selama Pandemi Covid-19. *Jurnal Indonesia : Manajemen Informatika Dan Komunikasi*, 4(1), 85–96. <https://doi.org/10.35870/jimik.v4i1.120>
- Ramadhan, A., Rahim, M. S. R., Kom, S., Kom, M., & Utami, N. N. (2023). Teori Pendapatan (Studi Kasus: Pendapatan Petani Desa Medan Krio). *Tahta Media*, 02(2), 34–37. <https://tahtamedia.co.id/index.php/issj/article/view/144>
- Ramadhani, A. R. (2025). *Analisis Efektivitas Promosi Melalui Media Sosial Intagram Pada UMKM Sektor Makanan Dan Minuman Di Kota Jombang. 1.*
- Ramadhayanti, A. (2021). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Dan Affiliate Marketing Terhadap Volume Penjualan. *Al-Kalam Jurnal Komunikasi, Bisnis Dan Manajemen*, 8(1), 94. <https://doi.org/10.31602/al-kalam.v8i1.4161>
- Riduwan. *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian / Riduwan*. 2012
- Rini, J. F. (2002). *Memupuk Rasa Percaya Diri*. Jakarta: Team E-Psikologi.
- Riskha, D. (2024). *Pemahaman Komunikasi: Mengartikan Pesan Dengan Tepat*. Get Press Indonesia.
- Romdona, S., Junista, S. S., & Gunawan, A. (2024). *Teknik Pengumpulan Data*. 3(1), 39–47.
- Santrock, J. W. (2015). *Life-span development* (p. 800). New York: McGraw-Hill.
- Santrock, J. W. (2003). *Perkembangan Remaja*. Jakarta: Erlangga.

- Shofia Dwi Azrani, S. S. (2025). *Pengaruh Brand Image, Aktivitas Pemasaran , Dan Customer Engagement Di Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Rabbani Cabang Kopo Di Bandung Abstrak*. 11(1), 445–459.
- Silfia, E. S. T. F. (2023). Pengaruh Personal Selling, Harga, Kualitas Produk Dan Ketersediaan Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Rumah Tangga Pada Toko Remaja Lebeng Cilacap. *Skripsi*.
- Siregar, D. (2021). Pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap minat beli konsumen dengan uji regresi linear. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 8(1), 55–66.
- Siripipatthanakul, S. (2021). Service Marketing Mix (7Ps) And Patient Satisfaction In Clinics: A Review Article Of The Creative Commons Attribution License (CC BY 4.0). *International Journal Of Trend In Scientific Research And Development*, 5(5), 842–850.
- Siswanto, S. (2018). Metodologi Penelitian Kuantitatif Korelasional. *Klaten: Bosscript*.
- Spearman's rank correlation coefficient. In *ScienceDirect Topics*. (n.d.). Retrieved from explanation of Spearman range –1 to 1.
<https://www.sciencedirect.com/topics/engineering/spearman-rank>
- Sugiyono. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*.
- Syahid, L. A. (2025). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Tingkat Penjualan Sembako Di Cv. Mandiri Jaya Tasikmalaya*.
- Tampubolon, M. (2023). Metode Penelitian Metode Penelitian. *Metode Penelitian Kualitatif*, 3(17), 43. [Http://Repository.Unpas.Ac.Id/30547/5/BAB III.Pdf](http://Repository.Unpas.Ac.Id/30547/5/BAB%20III.Pdf)
- Tenriyola, A. P., & Nurwafiyah, A. (2024). Analisis Pengaruh Personal Selling Dan Sales Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Produk Rumah Tangga Di PT. Hosana Inti Cabang Makassar. *MANDAR: Management Development And Applied Research Journal*, 6(2), 126–134. <https://doi.org/10.31605/Mandar.V6i2.3882>

- Ulfa Sufyaningsi, Samsuddin, Agus Darmawan, Andi Fahri Faisal, W. A., Nurul Khumairah, Mardiana, Tri Widayati Putri, Muhammad Ikbal, I. O. H., & Dafiuddin Salim, Sukmatica Slamet, Ilham, F. Y. S. (2025). *Economic Empowerment Of Fishermen ' S Wives - Financial Management And Digital Marketing Assistance Program For Sustainable MSME Development In Makassar Tallo District*. 9(2), 67–74.
- Umma, Z. N. (2022). Kualitas SDM Terhadap Pendapatan UMKM Di Sidoarjo (Studi Dinas Koperasional Dan UKM Profinsi Jawa Timur). *Economics And Business*, 1, 1–15.
- Utami, D. A. (2021). *Pengaruh Komunikasi Penjualan terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Bakery*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 10(3), 122–133.
- Waruwu, S., Mendrofa, Y., & Gulo, S. (2022). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi (Jamane)*, 1(2), 286–294. <https://doi.org/10.56248/Jamane.V1i2.46>
- Widyaningsih, B., Ni, A., Rahmatika, Mati, Fadhli, K., Putri Agustina, T., Najuwah, S., Syariah, E., & A Wahab Hasbullah, U. K. (2023). *Pembuatan NIB Dan Sertifikasi Halal Untuk Meningkatkan Efektifitas Pemasaran Produk UMKM Desa Miagan* (Vol. 4, Nomor 3).

Wijaya, T. (2021). Peran komunikasi penjualan dalam meningkatkan keputusan

Wikipedia contributors. (2023). *Media naturalness theory* . In *Wikipedia*. Retrieved August 18, 2025, from https://en.wikipedia.org/wiki/Media_naturalness_theory


William Morrow, Y. J. (1990). *Women and Men in Conversation*. New York: *Don't Understand*.

Xie, G., Zhang, C., Fang, Q., Tang, X., & Zhang, Y. (2023). *Innovation, advertising, personal selling... in the industries massively benefited... China*. *Frontiers*.

Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). *Hipotesis Penelitian Kuantitatif*. *Perspektif: Jurnal Ilmu Administrasi*. 3(2), 96–102.

Zakariah, M. A., & Afriani, V. (2021). *Analisis Statistik Dengan Spss Untuk Penelitian Kuantitatif*. Yayasan Pondok Pesantren Al Mawaddah Warrahmah Kolaka .

Lampiran 1. Cek Plagiasi



FAKULTAS PERTANIAN PETERNAKAN

AGRIBISNIS
agribisnis.umm.ac.id | agribisnis @umm.ac.id

Nomor : E.2.g/370/AGRI-FPP/UMM/IX/2025
Lampiran : -
Hal : Bukti Deteksi Plagiasi

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Menindaklanjuti Peraturan Rektor UMM No. 2 Tahun 2017 tentang Pelaksanaan Deteksi Plagiasi pada Karya Ilmiah Dosen dan Mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Malang, Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian dan Peternakan Malang telah melakukan deteksi plagiasi pada karya ilmiah:



Nama Mahasiswa : Andryana Yulyanti
NIM : 202110210311101
Judul TA : Strategi Pemasaran "Face to Face Selling" dan Pengaruh pada Penjualan Produk Pia Basah pada PT. Surya Food Indonesia

Persentase Kesamaan:

| No | Jenis Naskah | Persentase Kesamaan (%) | Batas Maksimum Kesamaan (%) | Keterangan |
|----|------------------|-------------------------|-----------------------------|------------|
| 1 | Bab I | 9 | 10 | Sesuai |
| | Bab II | 14 | 25 | Sesuai |
| | Bab III | 30 | 35 | Sesuai |
| | Bab IV | 12 | 15 | Sesuai |
| | Bab V | 4 | 5 | Sesuai |
| 2 | Naskah Publikasi | 22 | 25 | Sesuai |

Demikian surat ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana semestinya.
Wassalamu'alaikum Wr. Wb.


Segetahui
Program Studi Agribisnis,

Ary Bakhtiar, S.P., M.Si., IPM., ASEAN Eng.
NIP. 170801011992

Malang, 19 September 2025

Admin Deteksi Plagiasi
Program Studi Agribisnis,



Nur Ocvanny Amir, S.P., M.P
NIP. 10517080608

Tembusan:

- Dosen Pembimbing 1 dan 2
- Arsip

Kampus I
Jl. Blandong 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Blandong Sukani No.158 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 120 (Hunting)
F: +62 341 582 080

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No. 248 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 378 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id