



**PENGARUH CITRA MEREK, PROMOSI PENJUALAN DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN BAN DALAM INFINERA DI PT. MITRA
RUBBER INDUSTRIES**

TESIS

Rosi Rusliani

55114320040

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN

PROGRAM PASCASARJANA

UNIVERSITAS MERCU BUANA

2016



UNIVERSITAS
MERCU BUANA



**PENGARUH CITRA MEREK, PROMOSI PENJUALAN DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN BAN DALAM INFINERA DI PT. MITRA
RUBBER INDUSTRIES**

TESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Pascasarjana
Program Studi Magister Manajemen

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Rosi Rusliani

55114320040

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

2016



U N I V E R S I T A S
MERCU BUANA

ABSTRACT

This research was conducted to determine the effect of brand image, sales promotion, and serve quality on purchase decision in PT. Mitra Rubber Industries. This research carried out on dealers or distributor of PT. Mitra Rubber Industries in Indonesia and the sample used was 58 respondents. The distribution of questionnaires was conducted over a span of four months, July till October 2016. The research design using quantitative research methods Explanative, where data will be used is quantitative data. In this research, the validity and reliability of the instruments that are used as data collection will be done before the next one will do the analysis hypotheses. variables tested serve quality, brand image and sales promotion, as well as the dependent variable, namely the purchase decision with SPS. From these results it can be concluded that the purchase decision a motorcycle inner tube in PT. Mitra Rubber Industries is significantly influenced by the variable quality of the brand image, sales promotion and serve quality.

Keywords: Brand image, sales promotion, serve quality, purchase decision, inner tube.infinera

U N I V E R S I T A S
M E R C U B U A N A

UNIVERSITAS

MERCU BUANA

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh citra merek, promosi penjualan, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di PT. Mitra Rubber Industries. Penelitian ini dilakukan pada *dealer – dealer* atau distributor PT. Mitra Rubber Industries yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia dan *sample* yang digunakan adalah sebanyak 58 responden. Penyebaran kuisisioner ini dilakukan selama rentang waktu 4 bulan yaitu bulan Juli hingga bulan Oktober 2016. Desain dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian eksplanatif kuantitatif, dimana data yang akan digunakan adalah data kuantitatif. Pada penelitian ini, pengujian validitas dan reliabilitas terhadap instrument yang dipakai sebagai alat pengumpul data akan dilakukan terlebih dahulu sebelum selanjutnya akan dilakukan analisis terhadap hipotesis yang diajukan. Adapun variable bebas yang akan diuji yaitu kualitas pelayanan, citra merek, dan promosi penjualan, serta variable terikat yaitu keputusan pembelian dengan bantuan software SPSS (Statistical Program Social Science). Dari hasil penelitian tersebut maka, dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian ban dalam sepeda motor pada PT. Mitra Rubber Industries secara signifikan dipengaruhi oleh variabel kualitas citra merek, promosi penjualan dan kualitas pelayanan.

Kata Kunci: Citra merek, promosi penjualan, kualitas pelayanan, keputusan pembelian, ban dalam. infinera

U N I V E R S I T A S
M E R C U B U A N A

UNIVERSITAS



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Judul : **Pengaruh Citra Merek, Promosi Penjualan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di PT. Mitra Rubber Industries.**

Bentuk Tesis : Penelitian

Nama : Rosi Rusliani

NIM : 55114320040

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Tanggal : 24 Januari 2017

Pembimbing,


Dr. Achmad Fachrodji, MM.

Direktur Pascasarjana,

Ketua Program Studi,

 
MERCU BUANA

Prof. Dr. Didik J. Rachbini

Dr. Aty Herawati, M. Si



U N I V E R S I T A S
MERCU BUANA

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini, menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini:

Judul : **Pengaruh Citra Merek, Promosi Penjualan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di PT. Mitra Rubber Industries.**
Bentuk Tesis : Penelitian
Nama : Rosi Rusliani
NIM : 55114320040
Program : Magister Manajemen
Tanggal : 24 Januari 2017

Merupakan hasil penelitian dan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Program Studi Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lainnya. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Bekasi, 24 Januari 2017



Rosi Rusliani



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur kehadiran Allah SWT serta atas segala rahmat dan karunia-Nya pada penulis, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tesis yang berjudul: Pengaruh Citra Merek, Promosi Penjualan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ban Dalam Infiriera Kasus di PT. Mitra Rubber Industries .

Tesis ini ditulis dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen di Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana. Penulis menyadari bahwa Tesis ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Didik J. Rabini, MM sebagai Direktur Program Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Aty Herawati, M. Si sebagai Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Ahmad Badawi Saluy MM Sebagai Sekprodi Magister Manajemen Kampus D, Kranggan Cibubur, Universitas Mercu Buana.
4. Dr. Achmad Fachrodji MM selaku pembimbing yang di dalam berbagai kesibukan dapat selalu menyempatkan waktu untuk membimbing dan mengarahkan serta memberi saran dan petunjuk yang sangat berharga bagi penulisan tesis ini.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

5. Mama dan Papa tercinta yang selalu memberikan kasih sayang yang tak terhingga serta doa dan dukungan untuk penulis dalam penulisan tesis ini.
6. Findia Adi Nurrahman tercinta dan tersayang yang selalu setia mendukung dan memberikan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan penulisan tesis ini.
7. Kakak, keponakan tersayang yang selalu memberikan keceriaan bagi penulis dalam menyelesaikan penulisan tesis ini.
8. Segenap jajaran manajemen dan karyawan PT. Mitra Rubber Industries yang sudah memberikan kesempatan bagi penulis untuk melakukan penelitian pada PT. Mitra Rubber Industries.
9. Rekan – rekan seperjuangan UMB DC207 yang juga mendukung penuh dalam penulisan tesis ini agar dapat mencapai target yaitu lulus bersama.
10. Semua pihak yang terlibat dalam penulisan tesis ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu oleh penulis.

U N I V E R S I T A S
M E R C U B U A N A
Bekasi, 24 Januari 2017

Rosi Rusliani



U N I V E R S I T A S
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

	Halaman
JUDUL SAMPUL DEPAN	i
JUDUL SAMPUL DALAM	ii
<i>ABSTRACT</i>	iii
ABSTRAK	iv
LEMBAR PENGESAHAN TESIS	v
PERNYATAAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
 BAB I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi, Perumusan, dan Batasan Masalah.....	10
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	10
1.2.2 Perumusan Masalah.....	10
1.2.3 Batasan Masalah.....	11
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	11
1.3.1 Maksud Penelitian.....	11
1.3.2 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat dan Kegunaan Penelitian.....	12
1.4.1 Manfaat Penelitian	12
1.4.2 Kegunaan Penelitian	12
 BAB II. DEKRIPSI PERUSAHAAN	
2.1 Sejarah Perusahaan	14

1971-2011

1971-2011



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

2.1.1	Sejarah PT. Mitra Rubber Industries.....	14
2.1.2	Lokasi PT. Mitra Rubber Industries	16
2.1.3	Nilai Inti PT. Mitra Rubber Industries	17
2.1.4	Visi dan Misi PT. Mitra Rubber Industries	17
2.1.5	Kebijakan Mutu PT. Mitra Rubber Industries	18
2.2	Lingkup dan Bidang Usaha.....	18
2.3	Promosi Penjualan Ban Dalam Infinera	20
2.3.1	Promosi Penjualan Melalui Internet.....	20
2.3.2	Promosi Penjualan dengan Media Cetak	22
2.3.3	Promosi Penjualan dengan Undian Berhadiah.....	24
2.4	Sumber Daya.....	26
2.5	Tantangan Bisnis	27
2.6	Proses dan Kegiatan Bisnis PT. Mitra Rubber Industries	28
2.6.1	Proses Produksi PT. Mitra Rubber Industries.....	28
2.6.2	Proses Penjualan PT. Mitra Rubber Industries	30

BAB III. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

3.1	Kajian Teori	31
3.1.1	Citra Merek.....	31
3.1.1.1	Definisi Citra Merek	31
3.1.1.2	Peran Merek.....	32
3.1.1.3	Dimensi Merek	33
3.1.2.	Promosi Penjualan	35
3.1.2.1.	Definisi Promosi Penjualan.....	35
3.1.2.2	Tujuan Promosi Penjualan.....	38
3.1.2.3.	Dimensi Promosi Penjualan Utama.....	39
3.1.3.	Kualitas Pelayanan	41
3.1.3.1.	Definisi Kualitas Pelayanan.....	41
3.1.3.2.	Dimensi Kualitas Pelayanan.....	42
3.1.4.	Keputusan Pembelian	47
3.1.4.1.	Definisi Keputusan Pembelian	47



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

3.1.4.2. Pihak-pihak yang Terlibat Dalam Keputusan Pembelian.....	48
3.1.4.3. Jenis – Jenis Pengambilan Keputusan Pembelian.....	49
3.1.4.4. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	50
3.1.4.5. Dimensi Keputusan Pembelian.....	58
3.2 Penelitian Terdahulu	58
3.3 Kerangka Pemikiran Penelitian	66
3.3.1 Pengaruh Citra <i>Brand</i> (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	66
3.3.2 Pengaruh Promosi Penjualan(X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	69
3.3.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan(X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	74
3.4 Hipotesis	82

BAB IV. METODE PENELITIAN

4.1 Jenis Desain Penelitian	83
4.2 Variabel Penelitian	84
4.2.1 Definisi Konsep	84
4.3 Definisi Operasional	85
4.4 Populasi dan Sampel Penelitian.....	86
4.5 Jenis dan Sumber Data.....	86
4.6 Teknik Pengumpulan Data	87
4.6.1 Instrumen	88
4.6.2 Variabel.....	88
4.6.3 Dokumentasi.....	89
4.7 Teknik Analisis Data.....	89
4.7.1 Uji Validitas.....	90
4.7.2 Uji Reliabilitas	91
4.7.3. Uji Asumsi Klasik	91
4.7.4 Pengujian Hipotesis.....	94
4.7.5 Pengujian Hipotesis Statisti.....	95



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

4.7.6	Koefisien Determinasi.....	98
-------	----------------------------	----

BAB V. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1	Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	102
5.2	Hasil Penelitian.....	102
5.2.1	Penyajian Data	102
5.2.2	Hasil Uji Validitas dan Reabilitas.....	102
5.2.2.1	Variabel Citra Merek.....	103
5.2.2.2	Variabel Promosi Penjualan.....	104
5.2.2.3	Variabel Kualitas Pelayanan	105
5.2.2.4	Variabel Keputusan Pembelian.....	106
5.3	Hasil Pengujian Uji Asumsi Klasik Penelitian	107
5.3.1	Uji Normalitas	107
5.3.2	Uji Multikolinearitas.....	109
5.3.3	Uji Heteroskedastisitas	110
5.4	Hasil Uji Hipotesis	111
5.4.1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	111
5.4.2	Pengujian Parsial (Uji T)	114
5.4.3	Pengujian Simultan (Uji F).....	116
5.4.4	Analisis Korelasi dan Determinasi	117
5.4.5	Korelasi Antar Dimensi.....	119
5.4.5.1	Korelasi Dimensi Variabel Citra Merek.....	120
5.4.5.2	Korelasi Dimensi Variabel Promosi Penjualan.....	120
5.4.5.3	Korelasi Dimensi Variabel Kualitas Pelayanan.....	121

BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1	Kesimpulan.....	122
6.2	Saran.....	122
6.3	Saran Untuk Peneliti Selanjutnya.....	123



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel Penjualan Ban Dalam.....	4
Tabel 1.2 Tabel Pencapaian Target Penjualan.....	5
Tabel 1.3 Tabel Hasil Survey Pendahuluan.....	7
Tabel 3.1. Tipe – tipe Keputusan Pembelian.....	49
Tabel 3.2. Penelitian Terdahulu.....	58
Tabel 4.1 Definisi Operasional.....	85
Tabel 4.2 Teknik Pengumpulan Data.....	87
Tabel 4.3. Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi.....	98
Tabel 4.4. Matrix Korelasi Antar Dimensi.....	100
Tabel 5.1 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek.....	103
Tabel 5.2 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi Penjualan.....	104
Tabel 5.3 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan.....	105
Tabel 5.4 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	106
Tabel 5.5 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov.....	109
Tabel 5.6 Uji Multikolinieritas.....	110
Tabel 5.7 Uji Regresi Linear Berganda.....	112
Tabel 5.8 Nilai T Hitung.....	114
Tabel 5.9 Hasil Uji F (Uji Simultan).....	117
Tabel 5.10 Model Summary.....	118
Tabel 5.11 Interpretasi Koefisien Korelasi.....	118
Tabel 5.12 Matriks Korelasi Antar Dimensi.....	119



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Perkembangan Jumlah Sepeda Motor di Indonesia	2
Gambar 1.2 Grafik Penjualan Ban Dalam	4
Gambar 1.3 Hasil Studi Pendahuluan	7
Gambar 2.1 Logo PT. Mitra Rubber Industries	15
Gambar 2.2 Logo Merek Ban Dalam Infinera	15
Gambar 2.3 Gambar Kantor PT. Mitra Rubber Industries	16
Gambar 2.4 Gambar Pabrik Depan PT. Mitra Rubber Industries	16
Gambar 2.5 Produk Ban Dalam Merek Infinera	19
Gambar 2.6 <i>website</i> PT. Mitra Ruber Industries	20
Gambar 2.7 <i>instagram</i> PT. Mitra Ruber Industries	21
Gambar 2.8 <i>facebook</i> PT. Mitra Ruber Industries	22
Gambar 2.9 Brosur Infinera	23
Gambar 2.10 Kalender Infinera	23
Gambar 2.11 Nota Infinera	24
Gambar 2.12 Undian <i>Golden Luck</i> Infinera	25
Gambar 2.13 Undian <i>QR Code Scan</i> Infinera	25
Gambar 2.14 Undian Kumpul Kemasan Infinera	26
Gambar 2.15 Struktur Organisasi PT. Mitra Ruber Industries	27
Gambar 2.16 Proses <i>Mixing</i> Bahan PT. Mitra Ruber Industries	29
Gambar 2.17 Proses Produksi PT. Mitra Ruber Industries	29
Gambar 2.18 Alur Proses Penjualan Produk Ban Infinera	30
Gambar 3.1 Tahap - Tahap Keputusan Pembelian Konsumen	47
Gambar 3.2 Alur Keputusan Pembelian	50
Gambar 3.3 Kerangka Pemikiran	81
Gambar 5.1 Uji Normalitas dengan p-p plot	107
Gambar 5.2 Uji Normalitas dengan Histogram	108
Gambar 5.3 Uji Heteroskedastisitas dengan Scatterplot	111

2017/2018



UNIVERSITAS
MERCU BUANA