



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**ANALISIS PENGARUH PRODUK, HARGA, DAN
DISTRIBUSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DAN IMPLIKASINYA TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN EXXONMOBIL DI INDONESIA**

TESIS

**Diajukan sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Pascasarjana
Program Studi Magister Manajemen**

Oleh:

**ALEX KARTONO
NIM : 55112110066**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
2014**

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Produk, Harga dan Distribusi terhadap Keputusan Pembelian dan Implikasinya Terhadap Loyalitas Pelanggan ExxonMobil di Indonesia

Bentuk Karya Akhir : Riset Bisnis

Nama : ALEX KARTONO

N I M : 55112110066

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Tanggal : 21 Oktober 2014

Mengesahkan

Pembimbing Utama



Ir. Har Adi Basri, M.Ec., Ph.D.

Direktur Program Pascasarjana



Prof. Dr. Didik J. Rachbini

**Ketua Program Studi
Magister Manajemen**



Dr. Augustina Kurniasih, ME

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

Judul : Pengaruh Produk, Harga dan Distribusi terhadap Keputusan Pembelian dan Implikasinya Terhadap Loyalitas Pelanggan ExxonMobil di Indonesia

Bentuk Karya Akhir : Riset Bisnis

Nama : Alex Kartono

N I M : 55112110066

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Tanggal : 21 Oktober 2014

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercubuana.

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

Jakarta, 21 Oktober 2014



METER TEMPEL
09283ACF55A420862
6000
Alex Kartono

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadirat Tuhan YME, atas segala karunia dan rahmat-Nya, sehingga penelitian dan penyusunan tesis ini dapat diselesaikan. Tesis ini disusun dalam rangka memenuhi sebagian dari syarat untuk menyelesaikan pendidikan di Program MM Universitas Mercu Buana. Untuk itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ir. Har Adi Basri, MEc.,Ph.D. selaku Dosen Pembimbing Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Augustina Kurniasih, ME selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.
3. Bapak dan Ibu Dosen yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan wawasan kepada penulis, serta segenap karyawan Universitas Mercu Buana, yang telah berpartisipasi dan memberikan dukungan.
4. Istri dan anaku tercinta yang selalu tidak pernah lelah memberikan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
5. Orang Tua penulis Bp.Ali Kartono dan Ibu Lena Lee yang terus bertanya kepada penulis untuk segera menyelesaikan studi.
6. Rekan-rekan kuliah Program Pascasarjana Program Magister Manajemen Universitas Mercu Buana khususnya Sorta, yang telah banyak membantu penulis selama masa kuliah dan penyusunan penelitian ini.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi penulis, ExxonMobil Chemicals, pembaca, dan peneliti selanjutnya. Penelitian ini

dilakukan dengan sebaik-baiknya berdasarkan kondisi aktual di lapangan dan teori yang diperoleh selama perkuliahan di Program Pascasarjana Magister Manajemen Universitas Mercu Buana. Namun penulis sadar bahwa karya akhir ini sangat jauh dari sempurna dan penulis mengharapkan masukan dan saran dikemudian hari dalam rangka pengembangan diri yang lebih baik lagi.

Penulis,

DAFTAR ISI

ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Rumusan Masalah	9
1.4 Batasan Masalah	9
1.5 Tujuan Penelitian	10
1.6 Manfaat Penelitian	10
1.7 Kegunaan Penelitian	11
BAB II. DESKRIPSI PERUSAHAAN	12
2.1 Sejarah ExxonMobil	12
2.2 Sejarah Exxon	13
2.3 Sejarah Mobil	16
2.4 Sejarah ExxonMobil Chemical	19
2.5 Strategi Perusahaan	20

2.6 Lingkup Usaha	21
2.7 Bidang Usaha	23
2.8 Sumber Daya Perusahaan	24
2.9 Tantangan Bisnis	26
2.10 Proses dan Kegiatan Fungsi Bisnis	28

BAB III. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN

HIPOTESIS	29
3.1 Konsep Bauran Pemasaran	29
3.2 Produk	31
3.3 Harga	32
3.4 Distribusi	35
3.5 Pemasaran Langsung	36
3.6 Keputusan Pembelian Pelanggan	37
3.7 Model Pengambilan Keputusan Konsumen	42
3.8 Loyalitas Pelanggan	47
3.9 Kerangka Pemikiran	50
3.10 Hipotesis Penelitian	52
3.11 Penelitian Terdahulu	53

BAB IV. METODE PENELITIAN

4.1 Jenis dan Desain Penelitian	56
4.2 Ruang Lingkup Penelitian	58
4.3 Lokasi Penelitian	58
4.4 Variabel Penelitian	58
4.5 Definisi Operasional Variabel Penelitian	58
4.6 Populasi dan Sampel Penelitian	60

4.7 Metode Penarikan Sampel	62
4.8 Teknik Pengumpulan Data	62
4.9 Skala Pengukuran	63
4.10 Matrik Korelasi Antar Dimensi Variabel	64
4.11 Metode Analisis Data	66
BAB V. HASIL DAN ANALISIS	74
5.1 Analisa Karakteristik Responden	74
5.2 Analisa Deskriptif	77
5.3 Uji Validitas dan Reliabilitas	79
5.4 Uji Multikolinearitas	81
5.5 Hasil Uji Asumsi Klasik	82
5.6 Diagram Jalur Model Path Analysis	98
5.7 Perhitungan Pengaruh Langsung, Tidak Langsung dan Total	100
5.8 Analisa Korelasi Antar Dimensi	102
5.9 Pembahasan	105
BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN	111
6.1 Kesimpulan	111
6.2 Saran	115
DAFTAR PUSTAKA	118
LAMPIRAN	123
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	130

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Produsen PP yang beroperasi di Indonesia.....	3
Tabel 1.2	Volume Penjualan ExxonMobil	6
Tabel 3.1	Penelitian Terdahulu	53
Tabel 4.1	Pengukuran Variabel	59
Tabel 4.2	Pilihan Jawaban Dalam Kuesioner	64
Tabel 4.3	Matriks Korelasi Dimensi Antar Variabel	65
Tabel 5.1	Analisis Karakteristik Responden	76
Tabel 5.2	Analisis Deskriptif Jawaban Responden	77
Tabel 5.3	Uji Validitas	80
Tabel 5.4	Uji Reliabilitas	81
Tabel 5.5	Hasil Uji Multikolinearitas	82
Tabel 5.6	ANOVA Sub Struktur I	83
Tabel 5.7	ANOVA Sub Struktur II	83
Tabel 5.8	Statistik Deskriptif Sub Struktur I/ ANOVA	88
Tabel 5.9	Statistik Deskriptif Sub Struktur II/ ANOVA	88
Tabel 5.10	Correlation Sub Struktur I	90
Tabel 5.11	Correlation Sub Struktur II	92
Tabel 5.12	Model Summary Sub Struktur I	95
Tabel 5.13	Model Summary Sub Struktur II	95
Tabel 5.14	Koefisien Beta Sub Struktur I	96
Tabel 5.15	Koefisien Beta Sub Struktur II	97
Tabel 5.16	Perhitungan Langsung, Tidak Langsung dan Total	101
Tabel 5.17	Matriks Korelasi Antar Dimensi	103

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Market Share ASEAN PP Supplier di Indonesia.....	5
Gambar 3.1 Proses Pembelian Konsumen Model Lima Tahap.....	39
Gambar 3.2 Model Pemrosesan Kognitif Pengambilan Keputusan	44
Gambar 3.3 Model Pemrosesan Kognitif Pengambilan Keputusan II	44
Gambar 3.4 Kerangka Pemikiran	51
Gambar 5.1 Uji Linearitas Sub Struktur I	84
Gambar 5.2 Uji Linearitas Sub Struktur II	84
Gambar 5.3 Uji Normalitas Sub Struktur I	85
Gambar 5.4 Uji Normalitas Sub Struktur II	86
Gambar 5.5 Uji Heterokedastisitas Sub Struktur I	86
Gambar 5.6 Uji Heterokedastisitas Sub Struktur II	87
Gambar 5.7 Diagram Hasil Analisis Pengaruh Produk, Harga, Distribusi dan Keputusan Pembelian terhadap Loyalitas Pelanggan.....	99

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Hasil Uji berdasarkan SPSS ver. 20.....	123
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup	130
Lampiran 3. Kuesioner	xiii
Lampiran 4. Analisis Matriks Korelasi Antar Dimensi Variabel Penelitian	xvi