



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI
PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK CHOCOLATOS DAN IMPLIKASINYA
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI PT.
GARUDAFOOD PUTRA PUTRI JAYA**

TESIS

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Oleh

MUHAMMAD NANANG KHOIRUDIN

55112110023

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

2014



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI
PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK CHOCOLATOS DAN IMPLIKASINYA
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI PT.
GARUDAFOOD PUTRA PUTRI JAYA**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan
Program Pascasarjana pada Program Magister Manajemen**

TESIS

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Oleh

MUHAMMAD NANANG KHOIRUDIN

55112110023

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

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian Produk Chocولات dan Implikasinya terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Garudafood Putra Putri Jaya.

Bentuk Tesis : Penelitian/ Kajian Masalah Perusahaan

Nama : Muhammad Nanang Khoirudin

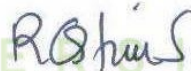
NIM : 55112110023

Program : Magister Manajemen (Manajemen Pemasaran)

Tanggal : 6 Agustus 2014

Mengesahkan

Pembimbing



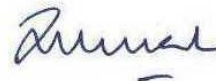
Dr. Rina Astini, SE., ME.

Direktur Pascasarjana



Prof. Dr. Didik J. Rachbini

Ketua Prodi



Dr. Augustina Kurniasih, ME.

PERNYATAAN

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

Judul : Pengaruh Kualitas Produk, Harga,dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian Produk Chocolatos dan Implikasinya terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Garudafood Putra Putri Jaya.

Bentuk Tesis : Penelitian/ Kajian Masalah Perusahaan

Nama : Muhammad Nanang Khoirudin

NIM : 55112110023

Program : Magister Manajemen (Manajemen Pemasaran)

Tanggal : 6 Agustus 2014

Merupakan hasil studi riset/ penelitian sebagai karya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.

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

Jakarta, 6 Agustus 2014



(Muhammad Nanang Khoirudin)

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur ke hadirat Allah SWT serta atas segala rahmat dan karunia-Nya pada penulis, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tesis yang berjudul : Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian Produk Chocolatos dan Implikasinya terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Garudafood Putra Putri Jaya.

Tesis ini ditulis dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen di Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta.

Penulis menyadari bahwa Tesis ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis berterima kasih kepada semua pihak yang secara langsung dan tidak langsung memberikan kontribusi dalam penyelesaian Tesis ini.

Secara khusus pada kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih kepada :

- 1) Dr. Rina Astini, SE., ME., selaku Dosen Pembimbing atas waktu dan kesempatan serta pemberian saran dan masukannya dalam membimbing penulis.
- 2) Adi Nurmahdi, MBA., MCIM., selaku Dosen Penelaah pada seminar proposal tesis atas semua saran dan masukannya.

- 3) DR. Muchsin, MBA., selaku Dosen Penguji pada sidang akhir atas segala kritik, saran serta masukan yang sangat membangun terhadap penelitian ini.
- 4) Seluruh staf dan dosen pengajar Program Pascasarjana Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.
- 5) Segenap karyawan dan manajemen PT. Garudafood Putra Putri Jaya, khususnya untuk tim distribusi area Jakarta Selatan.
- 6) Alm. Bp Sihono selaku ayahanda tercinta yang telah berpulang ke Rahmatullah.
- 7) Ibu Sumiyatun, selaku ibu tercinta dan wanita hebat yang selalu menguatkan, memberikan semangat juang untuk terus mengejar cita-cita, serta senantiasa ada untuk memberikan kasih sayang, dan doa setiap saat.
- 8) Elisabeth Dian Kumalasari, selaku istri tercinta, calon ibu dari anak-anak serta wanita yang penuh arti didalam menjalani hidup dan kehidupan. Terimakasih untuk semua hal indah yang sudah dan akan kita jalani bersama, terimakasih untuk dukungan, perhatian dan doa-doanya.
- 9) Dek Riyana Tri Astuti, Dek Ratih Kumala Dewi, dan Dek Ilga Mega, selaku adik-adikku yang baik, dan tentunya Kirana Azkadina keponakan kecilku yang ceria.
- 10) Teman-teman Program Pascasarjana Magister Manajemen angkatan 2012: Yuwan, Siesy, Meigyta, Anita, Pak Taswan, Pak Azhari, Denny dkk, dan lainnya atas semua kenangan dan inspirasinya.

11) Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu dalam Tesis ini atas segala saran dan masukanya yang sangat membantu dalam penyelesaian Tesis ini.

Akhir kata, penulis berharap agar Tesis ini dapat berguna bagi semua pihak, terutama bagi *civitas academica* Universitas Mercu Buana dan kepada keluarga besar PT Garudafood Putra Putri Jaya.



Jakarta, 6 Agustus 2014

(Muhammad Nanang Khoirudin)

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	ii
<i>ABSTRACT</i>	<i>iii</i>
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
 BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Permasalahan.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Rumusan Masalah	7
1.4 Batasan Masalah.....	7
1.5 Tujuan Penelitian	7
1.6 Manfaat Penelitian	8
1.7 Sistematika Penulisan	9
 BAB II DESKRIPSI PERUSAHAAN	
2.1 Sejarah Perusahaan.....	10
2.2 Lingkup Bidang Usaha.....	12
2.3 Sumber Daya.....	13
2.4 Proses Bisnis	15
 BAB III KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
3.1 Kajian Pustaka.....	16
3.1.1 Pedagang Grosir	16
3.1.1.1 Pengertian Pedagang Grosir	16

3.1.1.2 Jenis-Jenis Pedagang Grosir.....	16
3.1.1.3 Fungsi Pedagang Grosir	17
3.1.2 Pemasaran	18
3.1.2.1 Pengertian Pemasaran	18
3.1.2.2 Pengertian Bauran Pemasaran.....	19
3.1.3 Kualitas Produk.....	20
3.1.3.1 Pengertian Produk	20
3.1.3.2 Pengertian Bauran Produk.....	20
3.1.3.3 Pengertian Kualitas Produk.....	21
3.1.3.4 Dimensi Kualitas Produk	22
3.1.4 Harga	24
3.1.4.1 Pengertian Harga.....	24
3.1.4.2 Tujuan Penetapan Harga	25
3.1.4.3 Dimensi Harga	25
3.1.5 Promosi Penjualan.....	26
3.1.5.1 Pengertian Bauran Promosi.....	26
3.1.5.2 Jenis-Jenis Sarana Promosi	27
3.1.5.3 Pengertian Promosi Penjualan.....	28
3.1.5.4 Tujuan Promosi Penjualan	28
3.1.5.5 Dimensi Promosi Penjualan	29
3.1.6 Keputusan Pembelian.....	30
3.1.6.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	30
3.1.6.2 Faktor-Faktor didalam Keputusan Pembelian.....	31
3.1.6.3 Tahapan Pengambilan Keputusan Pembelian	33
3.1.6.4 Jenis-Jenis Keputusan Pembelian	36
3.1.6.5 Dimensi Keputusan Pembelian	38
3.1.7 Kepuasan Pelanggan	40
3.1.7.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan	40
3.1.7.2 Manfaat Kepuasan Pelanggan	40
3.1.7.3 Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan	42
3.1.7.4 Dimensi Kepuasan Pelanggan.....	44

3.2 Penelitian Terdahulu	45
3.3 Kerangka Pemikiran.....	47
3.4 Hipotesis.....	48

BAB IV METODE PENELITIAN

4.1 Jenis Disain Penelitian	50
4.2 Ruang Lingkup.....	50
4.3 Lokasi Penelitian.....	51
4.4 Variabel Penelitian	51
4.4.1 Definisi Konsep Variabel.....	51
4.4.2 Definisi Operasional.....	52
4.5 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling	56
4.5.1 Populasi	56
4.5.2 Sampel.....	56
4.5.3 Teknik Sampling	58
4.5.4 Mekanisme Pengambilan Sampel	58
4.6 Jenis dan Sumber Data	59
4.7 Teknik Pengumpulan Data	60
4.8 Teknik Analisis Data.....	61
4.8.1 Analisis Validitas dan Reliabilitas	61
4.8.1.1 Uji Validitas	61
4.8.1.2 Uji Reliabilitas	63
4.8.2 Analisis <i>Structural Equation Model (SEM)</i>	62
4.8.2.1 Model Struktural	64
4.8.2.2 Model Pengukuran	64
4.8.2.3 Uji Kecocokan Keseluruhan Model.....	66
4.8.2.4 Prosedur <i>SEM</i>	73
4.8.2.5 Batasan Analisis SEM.....	75
4.8.3 Analisis Korelasi Dimensi	75

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1 Analisis Validitas dan Reliabilitas	80
5.1.1 Uji Validitas	80
5.1.2 Uji Reliabilitas	83
5.2 Analisis <i>Structural Equation Model (SEM)</i>	84
5.2.1 Analisis Model Pengukuran	84
5.2.2 Uji Kecocokan Keseluruhan Model (<i>Overall Model Fit</i>)	90
5.2.3 Analisis Model Struktural	94
5.2.4 Uji Hipotesis	96
5.3 Analisis Korelasi Dimensi	98
5.3.1 Korelasi Dimensi Variabel Kualitas produk dengan Variabel Keputusan Pembelian	98
5.3.2 Korelasi Dimensi Variabel Harga dengan Variabel Keputusan Pembelian ..	99
5.3.3 Korelasi Dimensi Variabel Promosi Penjualan dengan Variabel Keputusan Pembelian	100
5.3.4 Korelasi Dimensi Variabel Kualitas produk dengan Variabel Kepuasan Pelanggan	102
5.3.5 Korelasi Dimensi Variabel Harga dengan Variabel Kepuasan Pelanggan .	103
5.3.6 Korelasi Dimensi Variabel Promosi Penjualan dengan Variabel Kepuasan Pelanggan	104
5.3.7 Korelasi Dimensi Variabel Keputusan Pembelian dengan Variabel Kepuasan Pelanggan	105
5.4 Pembahasan Hasil Penelitian	106
5.4.1 Pengaruh Kualitas produk terhadap Keputusan Pembelian	107
5.4.2 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian	108
5.4.3 Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian	109
5.4.4 Pengaruh Kualitas produk terhadap Kepuasan Pelanggan	111
5.4.5 Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan	112
5.4.6 Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Kepuasan Pelanggan	113
5.4.7 Pengaruh Keputusan Pembelian terhadap Kepuasan Pelanggan	114

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan116
6.2 Saran.....119
DAFTAR PUSTAKA122



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Nilai Penjualan Produk Chocolatos.....	1
Tabel 1.2 Data Nilai Penjualan Produk Chocolatos Outlet Grosir.....	2
Tabel 1.3 Data Keluhan Konsumen	3
Tabel 1.4 Data Harga Produk Chocolatos.....	4
Tabel 1.5 Data Promosi Penjualan	5
Tabel 2.1 Milestone PT. Garudafood Putra Putri Jaya.....	10
Tabel 3.1 Klasifikasi Variabel Bauran Pemasaran.....	19
Tabel 3.2 Penelitian Terdahulu	45
Tabel 4.1 Operasionalisasi Variabel Kualitas Produk	53
Tabel 4.2 Operasionalisasi Variabel Harga.....	54
Tabel 4.3 Operasionalisasi Variabel Promosi Penjualan	54
Tabel 4.4 Operasionalisasi Variabel Keputusan Pembelian	55
Tabel 4.5 Operasionalisasi Variabel Kepuasan Pelanggan	55
Tabel 4.6 Skala Penilaian untuk Variabel X, Y, Z.....	61
Tabel 4.7 Ukuran GOF <i>Statistic</i>	66
Tabel 4.8 Korelasi Antar Dimensi	77
Tabel 5.1 Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	81
Tabel 5.2 Uji Validitas Variabel Harga.....	81
Tabel 5.3 Uji Validitas Variabel Promosi Penjualan	82
Tabel 5.4 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	82
Tabel 5.5 Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan.....	83
Tabel 5.6 Uji Reliabilitas <i>Latent Variable</i> Penelitian	83
Tabel 5.7 Hasil Uji Kecocokan Model Pengukuran	91

Tabel 5.8 Hasil Uji Kecocokan Model Pengukuran (Respesifikasi)	93
Tabel 5.9 Hasil Uji Kecocokan Model Struktural Penelitian.....	95
Tabel 5.10 Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian	97
Tabel 5.11 Korelasi Dimensi Variabel Kualitas Produk dengan Variabel Keputusan Pembelian.....	99
Tabel 5.12 Korelasi Dimensi Variabel Harga dengan Variabel Keputusan Pembelian.....	100
Tabel 5.13 Korelasi Dimensi Variabel Promosi Penjualan dengan Variabel Keputusan Pembelian.....	101
Tabel 5.14 Korelasi Dimensi Variabel Kualitas Produk dengan Variabel Kepuasan Pelanggan	102
Tabel 5.15 Korelasi Dimensi Variabel Harga dengan Variabel Kepuasan Pelanggan	104
Tabel 5.16 Korelasi Dimensi Variabel Promosi Penjualan dengan Variabel Kepuasan Pelanggan	105
Tabel 5.17 Korelasi Dimensi Variabel Keputusan Pembelian dengan Variabel Kepuasan Pelanggan	106



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Struktur Organisasi.....	14
Gambar 3.1 Proses Keputusan Pembelian	36
Gambar 3.2 Diagram Konsep Kepuasan Pelanggan	42
Gambar 3.3 Kerangka Pemikiran.....	48
Gambar 5.1 CFA <i>Latent Variable</i> Kualitas Produk.....	85
Gambar 5.2 CFA <i>Latent Variable</i> Harga.....	86
Gambar 5.3 CFA <i>Latent Variable</i> Promosi Penjualan.....	87
Gambar 5.4 CFA <i>Latent Variable</i> Keputusan Pembelian.....	88
Gambar 5.5 CFA <i>Latent Variable</i> Kepuasan Pelanggan	89
Gambar 5.6 Model Pengukuran Konstruk Variabel Penelitian.....	91
Gambar 5.7 Respesifikasi Model Pengukuran Konstruk Variabel Penelitian	93
Gambar 5.8 Model Struktural (<i>t-value</i>).....	95

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	125
Lampiran 2	128
Lampiran 3	132



UNIVERSITAS
MERCU BUANA