



**ANALISIS PENGARUH *MARKETING MIX*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN REAGEN
KIMIA SIGMA-ALDRICH
(Studi Kasus: PT. ELO KARSA UTAMA)**

TESIS

UNIVERSITAS
Oleh
Sarifin
NIM: 55111120217
MERCU BUANA

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



**ANALISIS PENGARUH *MARKETING MIX*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN REAGEN
KIMIA SIGMA-ALDRICH
(Studi Kasus: PT. ELO KARSA UTAMA)**

TESIS

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

Oleh
Sarifin
NIM: 5511120217

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

PENGESAHAN

Judul : Analisis Pengaruh *Marketing Mix* Terhadap Keputusan Pembelian Reagen Kimia Sigma-Aldrich (Studi Kasus: PT. Elo Karsa Utama)

Bentuk karya akhir : Studi kasus

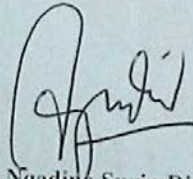
Nama : Sarifin

NIM : 55111120217

Program : Program Studi Magister Manajemen

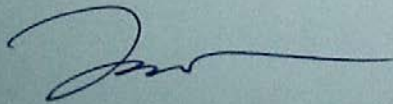
Tanggal : Februari 2014

Pembimbing



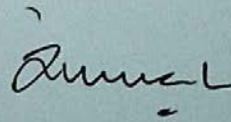
Prof. Dr. Ngadino Surip Dipo Sumarto, MS

Direktur Pascasarjana



Prof. Dr. Didik J. Rachbini

Ketua Program Studi
Magister Manajemen



Dr. Augustina Kurniasih, ME.

PERNYATAAN

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

Judul : Analisis Pengaruh *Marketing Mix* Terhadap Keputusan Pembelian Reagen Kimia Sigma-Aldrich (Studi Kasus: PT. Elo Karsa Utama)

Bentuk karya akhir : Studi kasus

Nama : Sarifin

NIM : 55111120217

Program : Program Studi Magister Manajemen

Tanggal : 28 Januari 2014

Merupakan hasil studi program Pascasarjana, sebagai karya saya 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 pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 28 Januari 2014


Sarifin

METERAI TEMPEL
REPUBLIC OF INDONESIA
NO. 109927383
6000
DJP

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah robbil „alamin, puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Karya Akhir dengan judul “Analisis Pengaruh *Marketing Mix* Terhadap Keputusan Pembelian Reagen Kimia Sigma-Aldrich (Studi Kasus: PT. Elo Karsa Utama)” Karya Akhir ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan program master (S2) pada Program Pascasarjana Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana Jakarta.

Selama proses penyusunan karya akhir ini, penulis mendapatkan bimbingan, arahan, bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. Ngadino Surip Diposumarto, selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah memberikan saran dan petunjuk yang sangat bermanfaat baik dari segi materi maupun dari segi teknis dalam penyusunan Karya Akhir ini.
2. Ibu Dr. Rina Astini MM, selaku penguji seminar proposal yang telah memberikan kritik dan saran sehingga karya akhir ini dapat diselesaikan dengan baik.
3. Bapak Ir. Har Adi Basri, M.Ec. Ph.D. selaku penguji sidang tesis yang telah memberikan kritik dan saran sehingga karya akhir ini dapat diselesaikan dengan baik.
4. Bapak Wawan Purwanto, SE, MM. selaku ketua sidang tesis yang telah memberikan kritik dan saran sehingga karya akhir ini dapat diselesaikan dengan baik.

5. Dr. Augustina Kurniasih ME., selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta.
6. Prof. Dr. Didik J. Rachbini, selaku Direktur Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta
7. Muchsin Saggaf Shihab, MBA, Ph.D selaku Dosen Marketing Research yang selalu membimbing Penulis dalam menyelesaikan tesis ini
8. Bapak/Ibu Dosen dan Staff Sekretariat Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta yang sudah banyak memberikan pengetahuan dalam proses pembelajaran selama penulis mengikuti perkuliahan di Universitas Mercu Buana.
9. Pimpinan beserta seluruh jajaran Manajemen PT Elo Karsa Utama yang telah mengizinkan penulis untuk dapat melakukan penelitian.
10. Ayah dan ibunda serta keluarga yang telah memberikan doa dan semangat terus menerus.
11. Semua pihak yang telah banyak memberi bantuan kepada Penulis, yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Semoga Allah SWT. Berkenan membalas semua kebaikan dan pengorbanan yang telah diberikan kepada penulis.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Jakarta, 28 Januari 2014

Peneliti

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRACT	iii
ABSTRAK	iv
PENGESAHAN	v
PERNYATAAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	6
1.3. Perumusan Masalah	6
1.4. Batasan Masalah	7
1.5. Maksud dan Tujuan Penelitian	7
1.6. Manfaat dan Kegunaan Penelitian	8
BAB II DESKRIPSI PERUSAHAAN	
2.1. Sejarah Perusahaan	9
2.2. Lingkup dan Bidang Usaha	9
2.3. Visi dan Misi Perusahaan	10
2.4. Sumber Daya Perusahaan	11
2.5. Tantangan Bisnis	15
2.6. Proses Bisnis	16

BAB III KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

3.1. Pemasaran dan Manajemen Pemasaran	18
3.2. Konsep Buanan Pemasaran	19
3.3. Produk	22
3.4. Harga	28
3.5. Promosi	34
3.6. Distribusi	43
3.7. Keputusan Pembelian	49
3.8. Pengaruh Variabel Bebas terhadap Variabel Terikat	55
3.9. Penelitian Terdahulu	60
3.10. Kerangka Pemikiran	62
3.11. Hipotesis	63

BAB IV METODE PENELITIAN

4.1. Obyek Penelitian	64
4.2. Jenis Sumber Data	64
4.3. Metode Pengumpulan Data	65
4.4. Populasi dan Sampel	65
4.5. Metode Pengukuran Data	66
4.6. Operasional Variabel Penelitian	67
4.7. Metode Analisis Data	69
4.8. Model Alternatif Penelitian	74

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1. Karakteristik Responden	76
5.2. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	78
5.3. Uji Asumsi Klasik	82
5.4. Analisis Regresi	85
5.6. Pengujian Hipotesis	87
5.7. Model Alternatif Penelitian	91

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan 96
6.2. Saran 97

DAFTAR PUSTAKA 99

LAMPIRAN 102



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

DAFTAR TABEL

Tabel I. 1 Data Penjualan.....	2
Tabel I. 2 Perbandingan Harga Reagen Kimia	4
Tabel III. 1 Penelitian Terdahulu	60
Tabel IV. 1 Operasional Variabel	67
Tabel IV. Matriks Korelasi Dimensi.....	75
Tabel V. 1 Karakteristik Responden.....	73
Tabel V. 2 Hasil Uji Validitas Butir Pertanyaan.....	75
Tabel V. 3 Hasil Uji Reliabilitas.....	78
Tabel V. 4 Hasil Uji Normalitas	81
Tabel V. 5 Hasil Uji Multikolinearitas	83
Tabel V. 6 Hasil Uji Regresi Berganda	85
Tabel V. 7 Hasil Uji F	87
Tabel V. 8 Hasil Perhitungan Nilai Koefisien Determinasi (R^2)	90
Tabel V. 9 Hasil Uji Regresi Sederhana Model Alternatif.....	91
Tabel V. 10 Hasil Uji Koefisien Determinasi Model Alternatif	92
Tabel V. 11 Hasil Matriks Korelasi Dimensi Harga dengan Dimensi Keputusan Pembelian.....	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar II. 1 Susunan Organisasi PT Elo Karsa Utama	12
Gambar III. 1 Empat P Bauran Pemasaran	20
Gambar III. 2 Tingkat Tingkatan (Level) Produk.....	24
Gambar III. 3 Tahapan Proses Pembelian	50
Gambar III. 4 Kerangka Pemikiran.....	62
Gambar V. 1 Hasil Uji Heteroskedastisitas	84



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Data Tabulasi Variabel Bebas dan Terikat.....	102
Lampiran 2. Data Tabulasi Karakteristik Responden.....	103
Lampiran 3. Hasil Perhitungan Persamaan Regresi Berganda	104
Lampiran 4. Kuesioner	105
Lampiran 5. Daftar Riwayat Hidup	111



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