



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Yayasan Menara Bhakti	
UNIVERSITAS MERCU BUANA	
Perpustakaan Pusat	
Sumber :	_____
Tanggal :	_____
No. Reg. :	1. _____
	2. _____

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, CITRA MEREK, DAN
PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN DI KAFE DOUBLE DIPPS
MENARA THAMRIN JAKARTA**

TESIS

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

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

OLEH :

**Ni Sadharwati
NIM : 55110120061**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCA SARJANA
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
2014**

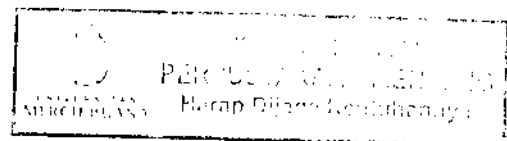
ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi harga, citra merek, dan promosi penjualan yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian kafe Double Dipps. Variabel independen yang diteliti dalam penelitian ini adalah variabel persepsi harga, citra merek dan promosi penjualan. Sedangkan keputusan pembelian kembali menjadi variabel terikat. Dalam penelitian ini, pengumpulan data dilakukan melalui metode survey. Kuesioner di sebar kepada konsumen kafe Double Dipps. Sampel yang digunakan menggunakan metode *non probability sampling* yang bersifat *incidental*. Dari hasil pengolahan data didapatkan variabel persepsi harga berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian, variabel citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian, variabel promosi penjualan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Disamping itu terdapat pula pengaruh simultan dari variabel persepsi harga, citra merek dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian. Kesimpulan dari penelitian ini, untuk dapat mempengaruhi keputusan pembelian dan meningkatkan volume penjualan, perusahaan harus fokus pada kesesuaian harga dengan kualitas produk serta membuat strategi promosi penjualan yang menarik, dan juga mempertahankan keunikan dari citra merek.

Kata kunci :

persepsi harga, citra merek, promosi penjualan, keputusan pembelian, kafe Double Dipps.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze the effect of price perception, brand image and sales promotion on purchase decision of Double Dipps cafe. The independent variables are price perception, brand image and sales promotion. Whereas the decision to purchase is a dependent variable. Data collection method are using questionnaire with non probability sampling technique. Total 100 samples were obtained from the customers of Double Dipps Cafe. Results data provides that, the price preception variable affected the purchase decision, the brand image variables affected the purchase decision variables, sales promotion also has influenced the purchase decision variable. Furthermore, there is also a simultaneous influence of variable price perception, brand image and sales promotions on purchase decisions. The conclusion of this study, in order to influence the purchase decision and increasing the sales volume of Double Dipps cafe, the companies should focus on the suitable price with product quality. More over, the company should craete an attractive sales promotion strategy and maintain the uniqueness of brand image.

Keywords :

*price perception, brand image, sales promotion, purchase decision, cafe
Double Dipps*

MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : **Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Kafe Double Dipps Menara Thamrin Jakarta**

Bentuk Tesis : Riset

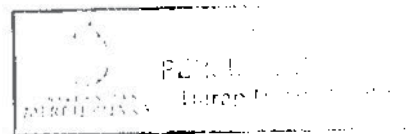
Nama : Ni Sadharwati

NIM : 5511012061

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Tanggal : Maret 2014

Pembimbing



UNIVERSITAS *R. Astini*
MERCU BUANA
Dr. Rina Astini, MM

Direktur Pascasarja

Prof. Dr. Didik J. Rachbini

**Ketua Program Studi
Magister Manajemen**

Dr. Augustina Kurniasih ME

PERNYATAAN

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

Judul : **Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Kafe Double Dips Menara Thamrin Jakarta.**

Bentuk Tesis : Riset

Nama : Ni Sadharwati

NIM : 5511012061

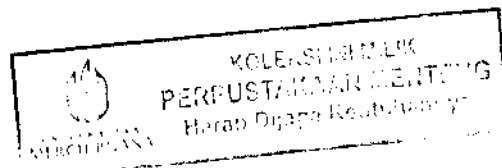
Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Tanggal : Maret 2014

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

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, Maret 2014



Ni Sadharwati

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis ini. Penulisan tesis dengan judul **“Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Kafe Double Dipps Menara Thamrin Jakarta”** ini dimaksudkan untuk memenuhi persyaratan untuk menyelesaikan Program Pascasarjana Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian Tesis ini, khususnya kepada :

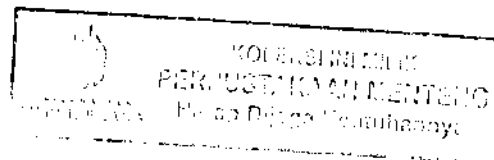
1. Dr. Rina Astini, ME, sebagai dosen pembimbing yang telah meluangkan banyak waktunya untuk memberikan arahan selama penulisan Tesis ini dari awal hingga selesai.
2. Muchsin Saggaff Shihab, MBA., Ph.D, selaku penguji pada seminar proposal yang telah memberikan kritik dan saran sehingga Tesis ini dapat diselesaikan dengan baik.
3. Dr. W. Hary Susilo, MM., IAAI, selaku penguji pada ujian Tesis, dan Wawan Purwanto SE., MM selaku ketua ujian sidang yang telah memberikan saran dan arahan dalam penulisan tesis ini.
4. Dr. Augustina Kurniasih ME., selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta.
5. Prof. Dr. Didik J. Rachbini, selaku Direktur Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta.
6. Segenap Dosen dan Karyawan Fakultas Pascasarjana Program Studi Magister Manajemen yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis.

7. Ibu Poppy selaku pemilik dari kafe Double Dipps cabang Menara Thamrin yang telah memberikan izin penelitian, beserta segenap staff kafe Double Dipps yang membantu saya selama penelitian.
8. Ibunda tercinta yang dengan penuh kasih sayang dan kesabarannya selalu memberikan dukungan dan semangat kepada penulis.
9. Teman-teman angkatan XVII kelas Minggu MM UMB Menteng dan rekan-rekan mahasiswa yang telah menaruh simpati dan mendorong penulis untuk menyelesaikan Tesis ini.
10. Semua pihak yang tak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu penyelesaian Tesis ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan Tesis ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan untuk penelitian lanjutan di masa mendatang. Kiranya hasil penulisan dapat memberi sumbangsih dalam masalah pengembangan waralaba di tanah air.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, Maret 2014



Ni Sadharwati

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Abstrak	ii
<i>Abstract</i>	iii
Lembar pengesahan	iv
Pernyataan Orisinalitas	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel	x
Daftar Grafik	xi
Daftar Gambar	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	10
1.3 Rumusan Masalah	11
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian	11
BAB II DESKRIPSI PERUSAHAAN	
2.1 Deskripsi Perusahaan	13
2.2 Lingkup Bidang Usaha	16
2.3 Sumber Daya Manusia	18
2.4 Tantangan Bisnis	20
2.5 Proses Bisnis	20
BAB III KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN & HIPOTESA	
3.1 Kajian Pustaka	24
3.2 Penelitian Terdahulu	44
3.3 Kerangka Penelitian	46
3.4 Hipotesis	47
BAB IV METODE PENELITIAN	
4.1 Desain Penelitian	48
4.2 Objek penelitian	48
4.3 Lokasi penelitian	48
4.4 Pendekatan penelitian	49
4.5 Variabel penelitian	49
4.6 Populasi dan sampel penelitian	52

4.7 Jenis dan sumber data	54
4.8 Teknik pengumpulan data.....	55
4.9 Teknik analisa Data	56
BAB V HASIL DAN ANALISIS	
5.1 Profil responden	67
5.2 Hasil penelitian	70
5.3 Matrik korelasi	86
5.4 Analisis	90
BAB VI KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	
6.2 Kesimpulan	95
6.1 Rekomendasi	96
DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN	104
RIWAYAT HIDUP	145



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Menu Paket <i>Breakfast</i> Double Dips	3
Tabel 1.2	Akumulasi Pengunjung Double Dips Jan – Sept 13	4
Tabel 1.3	Laporan Penjualan dan Omzet Penjualan kafe	5
Tabel 1.4	Profil Responden Pengunjung Kafe	7
Tabel 1.5	Frekuensi Kedatangan Pengunjung	8
Tabel 1.6	Keputusan Pembelian Konsumen Kafe Double Dips	8
Tabel 1.7	Pendapat Konsumen mengenai Promosi Kafe	9
Tabel 1.8	Pembelian setelah adanya Promosi Penjualan	9
Tabel 3.1	Penelitian Terdahulu	45
Tabel 4.1	Definisi Operasionalisasi Variabel Penelitian	50
Tabel 4.2	Interpretasi Koefisien Korelasi	64
Tabel 5.1	Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	67
Tabel 5.2	Karakteristik Responden berdasarkan Usia	68
Tabel 5.3	Karakteristik Responden berdasarkan Tingkat Penghasilan	68
Tabel 5.4	Karakteristik Responden berdasarkan Frekuensi Kedatangan	69
Tabel 5.5	Uji Validitas Variabel Persepsi Harga	71
Tabel 5.6	Uji Validitas Variabel Citra Merek	71
Tabel 5.7	Uji Validitas Variabel Promosi Penjualan	72
Tabel 5.8	Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	72
Tabel 5.9	Uji Reliabilitas	73
Tabel 5.10	Uji Normalitas	75
Tabel 5.11	Uji Multilinearitas	76
Tabel 5.12	Uji Linearitas Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian	78
Tabel 5.13	Uji Linearitas Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	79
Tabel 5.14	Uji Linearitas Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian ...	79
Tabel 5.15	Koefisien	80
Tabel 5.16	ANOVA	82
Tabel 5.17	Uji t	83
Tabel 5.18	Korelasi dan Determinasi	85
Tabel 5.19	Korelasi Dimensi Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian ...	87
Tabel 5.20	Korelasi Dimensi Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	88
Tabel 5.21	Korelasi Dimensi Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Grafik Omzet Penjualan Kafe Jan – Sept 2013	6
Gambar 3.1	Hubungan Konseptual Pengaruh Harga	30
Gambar 3.2	Tahap-tahap proses Pengambilan Keputusan	43
Gambar 3.3	Kerangka Konseptual.....	47
Gambar 5.1	Normal P-P	74
Gambar 5.2	Uji Heterokedastisitas	77



UNIVERSITAS
MERCU BUANA