



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

**PENGARUH HARGA, CITRA MEREK DAN TENAGA PENJUALAN  
TERHADAP MINAT BELI  
(STUDI KASUS PADA BINUS CENTER JAKARTA)**

**KARYA AKHIR**

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

Oleh

Alex Maulana Muqarrabin

55111110103

**UNIVERSITAS MERCU BUANA  
PROGRAM PASCASARJANA  
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN  
2013**

## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kepada Allah SWT atas semua rahmat, dan karunia-Nya yang telah mengizinkan penulis menyelesaikan tesis ini sebagai bagian dari tugas akhir belajar, guna menyelesaikan program Magister Manajemen pada program pasca sarjana Universitas Mercu Buana Jakarta yang berjudul: **“Pengaruh Harga, Citra Merek dan Tenaga Penjualan Terhadap Minat Beli”** Studi kasus pada BINUS CENTER.

Penulis sangat merasakan besarnya karunia Allah SWT, yang telah memberikan kekuatan dan kesabaran di tengah kekurangan dan keterbatasan penulis dalam penyusunan tesis ini. Di samping itu bantuan dan dorongan dari banyak pihak telah memungkinkan selesainya tugas akhir ini. Karena itu penulis mengucapkan banyak terima kasih yang tak terhingga kepada yang terhormat :

1. Dr. Mudji Sabar, MBA sebagai pembimbing utama yang telah memberikan bimbingan, petunjuk serta dorongan moril dalam penyusunan tesis ini.
2. Dr. Augustina Kurniasih, ME sebagai Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.
3. Seluruh Dosen yang telah bersedia dengan keikhlasan dan kesabaran dalam mendidik dan membimbing penulis selama masa perkuliahan berlangsung.
4. Seluruh staff dan karyawan pada Program Magister Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta yang telah memberikan kemudahan-kemudahan selama menempuh perkuliahan.
5. Orang tua tercinta yang telah banyak memberikan doa, motivasi dan kepercayaan penuh hingga selesainya karya akhir ini.
6. BINUS CENTER yang telah memberikan banyak kebijakan dan maklumat hingga penulis dapat menyelesaikan karya akhir ini.
7. Rekan-rekan BINUS CENTER Bintaro dan BINUS CENTER Kelapa Gading yang telah membantu dalam pengumpulan data.
8. Rekan-rekan kantor BINUS CENTER yang selalu memberikan dorongan semangat.
9. Saudara-saudara ku yang telah banyak memberikan semangat dan dorongan untuk menyelesaikan karya akhir ini.
10. Teman-teman seperjuangan ku yang telah banyak membantu dan memberikan motivasi dalam penulisan karya akhir ini.
11. Dd na yang selalu memberikan pengertian, perhatian dan kasih sayang.

12. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu-persatu secara langsung maupun tidak langsung yang telah memberikan dorongan dan bantuan dalam menyelesaikan penelitian karya akhir ini.

Penulis menyadari bahwa tiada suatu yang dapat penulis berikan sebagai tanda terima kasih dan balas jasa sepantasnya, selain doa semoga Allah SWT memberikan balasan yang berlimpah atas segala budi baik yang telah diberikan kepada penulis.

Penulis juga menyadari penelitian ini jauh dari kata sempurna, maka atas segala kritik dan saran untuk penyempurnaan penelitian ini, penulis ucapkan terima kasih.

Jakarta, 27 Juli 2013

Penulis

Alex Maulana M



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

# PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Karya Akhir ini :

Judul : **Pengaruh Citra Merek, Harga dan Tenaga Penjualan Terhadap Minat Beli.**

Bentuk Karya Akhir : Penelitian Asosiatif

Nama : Alex Maulana Muqarrabin

NIM : 55111110103

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Tanggal : 26 Juli 2013

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 Mercu Buana.

Karya Ilmiah ini belum pernah di ajukan 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.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 26 Juli 2013

Alex Maulana Muqarrabin

# DAFTAR ISI

|                         |      |
|-------------------------|------|
| ABSTRAK .....           | i    |
| ABSTRACT .....          | ii   |
| LEMBAR PENGESAHAN ..... | iii  |
| PERNYATAAN .....        | iv   |
| KATA PENGANTAR .....    | v    |
| DAFTAR ISI .....        | vii  |
| DAFTAR TABEL .....      | xii  |
| DAFTAR GAMBAR .....     | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN .....   | xiv  |

## BAB I. PENDAHULUAN

|   |   |
|---|---|
| 1.1. Latar Belakang Masalah .....           | 1 |
| 1.2. Identifikasi Masalah .....             | 7 |
| 1.3. Rumusan Masalah .....                  | 8 |
| 1.4. Maksud dan Tujuan Karya Akhir .....    | 8 |
| 1.5. Manfaat dan Kegunaan Karya Akhir ..... | 9 |

## BAB II. DESKRIPSI PERUSAHAAN

|   |    |
|---|----|
| 2.1. BINUS CENTER .....                       | 11 |
| 2.1.1 Struktur Organisasi .....               | 12 |
| 2.1.2 Visi Perusahaan .....                   | 13 |
| 2.1.3 Misi Perusahaan .....                   | 13 |
| 2.1.4 Lokasi BINUS CENTER .....               | 13 |
| 2.1.5 Kurikulum Instruktur .....              | 14 |
| 2.1.6 Bentuk & Program Pelatihan .....        | 15 |
| 2.2. Industri Parnters .....                  | 18 |
| 2.3. BINUS CENTER <i>Success Factor</i> ..... | 18 |
| 2.4. Proses Bisnis .....                      | 19 |
| 2.5. Target Pasar .....                       | 20 |

## BAB III. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

|                                      |  |    |
|--------------------------------------|--|----|
| 3.1.                                 | Harga .....  | 22 |
| 3.1.1.                               | Faktor-faktor Penetapan Harga .....  | 26 |
| 3.1.2.                               | Peranan Harga .....  | 28 |
| 3.1.3.                               | Strategi Penyesuaian Harga .....   | 29 |
| 3.1.4.                               | Dimensionalisasi Variabel Harga .....  | 32 |
| 3.1.5.                               | Uji <i>Logical</i> Hubungan Dimensi Variabel Harga Terhadap Minat Beli .....   | 32 |
| 3.1.6.                               | Hubungan Variabel Harga Terhadap Minat Beli .....                              | 33 |
| 3.2.                                 | Citra Merek .....  | 35 |
| 3.2.1.                               | Dimensionalisasi Citra Merek .....   | 36 |
| 3.2.2.                               | Uji <i>Logical</i> Hubungan Dimensi Citra Merek Terhadap Minat Beli .....      | 38 |
| 3.2.3.                               | Hubungan Variabel Citra Merek Terhadap Minat Beli .....                        | 39 |
| 3.3.                                 | Tenaga Penjualan .....   | 40 |
| 3.3.1.                               | Efektivitas Kegiatan Tenaga Penjualan .....                                    | 44 |
| 3.3.2.                               | Dimensionalisasi Tenaga Penjualan .....  | 47 |
| 3.3.3.                               | Uji <i>Logical</i> Hubungan Dimensi Tenaga Penjualan Terhadap Minat Beli ..... | 52 |
| 3.3.4.                               | Hubungan Variabel Tenaga Penjualan Terhadap Minat Beli .....                   | 53 |
| 3.4.                                 | Minat Beli .....   | 53 |
| 3.4.1.                               | Mengukur Minat Beli .....  | 57 |
| 3.4.1.                               | Dimensionalisasi Minat Beli .....  | 60 |
| 3.5.                                 | Penelitian Terdahulu .....   | 62 |
| 3.6.                                 | Kerangka Pemikiran .....   | 63 |
| 3.7.                                 | Hipotesis .....  | 65 |
| <br>                                 |  |    |
| <b>BAB IV. METODOLOGI PENELITIAN</b> |  |    |
| 4.1.                                 | Desain Penelitian .....  | 66 |
| 4.2.                                 | Ruang Lingkup Penelitian .....   | 68 |
| 4.3.                                 | Lokasi Penelitian .....  | 68 |
| 4.4.                                 | Pendekatan Penelitian .....  | 69 |
| 4.5.                                 | Variabel Penelitian .....  | 70 |
| 4.5.1.                               | Definisi Variabel .....  | 70 |
| 4.5.2.                               | Operasionalisasi Variabel .....  | 70 |
| 4.6.                                 | Populasi dan Sampel Penelitian.....  | 72 |
| 4.6.1.                               | Populasi .....   | 72 |
| 4.6.2.                               | Metode Sampling .....  | 73 |

|   |    |
|---|----|
| 4.6.2.1 Teknik Pengambilan Sampel .....               | 73 |
| 4.6.2.2 Penentuan Jumlah Sampel .....                 | 74 |
| 4.6.2.3 Penentuan Penarikan Sampel .....              | 74 |
| 4.6.2.4 Skala Pengukuran Data .....                   | 76 |
| 4.7. Jenis dan Sumber Data .....                      | 76 |
| 4.7.1 Data Primer .....                               | 76 |
| 4.7.2 Data Sekunder .....                             | 77 |
| 4.8. Teknik Pengumpulan Data .....                    | 78 |
| 4.8.1 Wawancara .....                                 | 78 |
| 4.8.2 Angket (kuesioner) .....                        | 79 |
| 4.8.3 Studi Pustaka .....                             | 80 |
| 4.9. Metode Analisis Data .....                       | 81 |
| 4.9.1 Uji Instrument Data .....                       | 81 |
| 4.9.1.1 Uji Validasi .....                            | 81 |
| 4.9.1.2 Uji Realibitas .....                          | 81 |
| 4.9.2 Uji Asumsi Klasik .....                         | 82 |
| 4.9.2.1 Uji Normalitas .....                          | 82 |
| 4.9.2.2 Uji Multikolinearitas.....                    | 83 |
| 4.9.2.3 Uji Heteroskedasititas .....                  | 84 |
| 4.9.3 Analisis Statistik Deskriptif Kuantitatif ..... | 85 |
| 4.9.4 Analisis Regresi Berganda .....                 | 85 |
| 4.9.5 Pengujian Hipotesis .....                       | 86 |
| 4.9.5.1 Uji Koefisien Secara Parsial (Uji t) .....    | 87 |
| 4.9.5.2 Uji Koefisien Secara Simultan (Uji F) .....   | 87 |
| 4.9.6 Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....  | 88 |
| 4.9.7 Matriks Korelasi .....                          | 89 |
| 4.9.7.1 Matriks Korelasi Antar Variabel .....         | 89 |
| 4.9.7.2 Matriks Korelasi Antar Dimensi .....          | 89 |

## **BAB V. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

|                                    |    |
|------------------------------------|----|
| 5.1. Karakteristik Responden ..... | 90 |
| 5.2. Uji Instrumen Data .....      | 96 |
| 5.2.1 Uji Validitas .....          | 96 |
| 5.2.2 Uji Realibitas .....         | 98 |

|         |   |     |
|---------|---|-----|
| 5.3.    | Uji Asumsi Klasik .....   | 99  |
| 5.3.1   | Uji Normalitas .....  | 99  |
| 5.3.2   | Uji Multikolinearitas .....   | 100 |
| 5.3.3   | Uji Heteroskedastisitas .....   | 101 |
| 5.4.    | Analisis Statistik Deskriptif Variabel .....                                | 102 |
| 5.4.1   | Deskriptif Variabel Harga .....   | 103 |
| 5.4.2   | Deskriptif Variabel Citra Merek .....                                       | 105 |
| 5.4.3   | Deskriptif Variabel Tenaga Penjualan .....                                  | 108 |
| 5.4.4   | Deskriptif Variabel Minat Beli .....  | 111 |
| 5.5.    | Analisis Regresi Linier Berganda .....                                      | 114 |
| 5.6.    | Pengujian Hipotesis .....   | 116 |
| 5.6.1   | Uji Koefisien Regresses secara Parsial (Uji t) .....                        | 116 |
| 5.6.1.1 | Variabel Harga .....  | 116 |
| 5.6.1.2 | Variabel Citra Merek .....  | 117 |
| 5.6.1.3 | Variabel Tenaga Penjualan .....   | 117 |
| 5.6.2   | Uji Koefisien Regresses secara Simultan (Uji F) .....                       | 118 |
| 5.7.    | Koefesien Determinasi ( $R^2$ ) .....                                       | 119 |
| 5.8.    | Matriks Korelasi .....  | 120 |
| 5.8.1   | Matriks Korelasi Antar Variabel .....                                       | 120 |
| 5.8.2   | Matriks Korelasi Antar Dimensi .....  | 122 |
| 5.9.    | Pembahasan dan Temuan .....   | 125 |
| 5.9.1   | Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli .....                                    | 125 |
| 5.9.2   | Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli .....                              | 126 |
| 5.9.3   | Pengaruh Tenaga Penjualan Terhadap Minat Beli .....                         | 126 |
| 5.9.4   | Pengaruh Harga, Citra Merek, dan Tenaga Penjualan Terhadap Minat Beli ..... | 127 |

## **BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN**

|      |                  |     |
|------|------------------|-----|
| 6.1. | Kesimpulan ..... | 128 |
| 6.2. | Saran .....      | 130 |

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

## DAFTAR TABEL

|            |   |     |
|------------|---|-----|
| Tabel 1.1  | Presentasi Konversi Data Responden .....                    | 5   |
| Tabel 1.2  | Daftar Harga Jual Produk BINUS CENTER .....                 | 6   |
| Tabel 3.1  | Uji <i>Logical</i> Hubungan Variabel Harga .....            | 33  |
| Tabel 3.2  | Uji <i>Logical</i> Hubungan Variabel Citra Merek .....      | 39  |
| Tabel 3.3  | Uji <i>Logical</i> Hubungan Variabel Tenaga Penjualan ..... | 52  |
| Tabel 3.4  | Penelitian Terdahulu .....                                  | 62  |
| Tabel 4.1  | Desain Penelitian .....                                     | 68  |
| Tabel 4.2  | Definisi Variabel .....                                     | 70  |
| Tabel 4.3  | Operasionalisasi Variabel .....                             | 71  |
| Tabel 4.4  | Jenis dan Sumber Data .....                                 | 78  |
| Tabel 4.5  | Matriks Korelasi .....                                      | 89  |
| Tabel 5.1  | Karakteristik Responden .....                               | 94  |
| Tabel 5.2  | Pengujian Validasi .....                                    | 96  |
| Tabel 5.3  | Pengujian Reabilitas .....                                  | 98  |
| Tabel 5.4  | Hasil Pengujian Multikolinieritas .....                     | 101 |
| Tabel 5.5  | Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....                | 114 |
| Tabel 5.6  | Hasil Uji t .....   | 116 |
| Tabel 5.7  | Hasil Uji F .....   | 118 |
| Tabel 5.8  | Hasil Koefisien Determinasi .....                           | 120 |
| Tabel 5.9  | Hasil Analisis Hubungan Antar Variabel .....                | 121 |
| Tabel 5.10 | Koefisien Variabel Independen .....                         | 122 |
| Tabel 5.11 | Presentase Pengaruh Variabel .....                          | 122 |
| Tabel 5.12 | Matriks Korelasi Antar Dimensi .....                        | 123 |

## DAFTAR GAMBAR

|                   |  |            |
|-------------------|--|------------|
| <b>Gambar 1.1</b> | <b>Tren Produk BINUS CENTER .....</b>                      | <b>4</b>   |
| <b>Gambar 2.1</b> | <b>Struktur Organisasi BINUS CENTER .....</b>              | <b>12</b>  |
| <b>Gambar 2.2</b> | <b>Proses Bisnis di BINUS CENTER .....</b>                 | <b>20</b>  |
| <b>Gambar 3.1</b> | <b>Dimensionalisasi Variabel Harga .....</b>               | <b>32</b>  |
| <b>Gambar 3.2</b> | <b>Dimensionalisasi Variabel Citra Merek .....</b>         | <b>38</b>  |
| <b>Gambar 3.3</b> | <b>Dimensionalisasi Variabel Tenaga Penjualan .....</b>    | <b>51</b>  |
| <b>Gambar 3.4</b> | <b>Dimensionalisasi Variabel Minat Beli .....</b>          | <b>62</b>  |
| <b>Gambar 3.5</b> | <b>Kerangka Pemikiran .....</b>                            | <b>64</b>  |
| <b>Gambar 5.1</b> | <b>Uji Normalitas .....</b>                                | <b>100</b> |
| <b>Gambar 5.2</b> | <b>Uji Heteroskedastisitas .....</b>                       | <b>102</b> |
| <b>Gambar 5.3</b> | <b>Tanggapan Responden Mengenai Harga .....</b>            | <b>103</b> |
| <b>Gambar 5.4</b> | <b>Tanggapan Responden Mengenai Citra Merek .....</b>      | <b>106</b> |
| <b>Gambar 5.5</b> | <b>Tanggapan Responden Mengenai Tenaga Penjualan .....</b> | <b>109</b> |
| <b>Gambar 5.6</b> | <b>Tanggapan Responden Mengenai Minat Beli .....</b>       | <b>112</b> |



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA