

Yayasan Mengajar Bina	
UNIVERSITAS MERCU BUANA	
Fakultas Manajemen	
Sumber :	Sumbangan
Tanggal :	06/02/14
No. Reg. :	1. T12131258
	2. TM/51/13/123



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

**ANALISIS PENGARUH VARIABEL BAURAN  
PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
BOTOL PLASTIK PADA PT PRIMA KALPLAS**

**TESIS**

**Oleh :**

**Muhammad Yasin  
55110120064**

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



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

**ANALISIS PENGARUH VARIABEL BAURAN  
PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
BOTOL PLASTIK PADA PT PRIMA KALPLAS**

**TESIS**

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

**Oleh :**

**Muhammad Yasin  
55110120064**

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

## **ABSTRACT**

*The purpose of this study is to analyze the problem on declining of the Sales and to analyze the influence of marketing mix variable on customer decision in buying plastic bottle in PTPrima Kalplas.*

*The study used total sampling which the number of samples studied by 80 (eighty) respondents that all customers who have made purchase plastic bottles at PT. Prima Kalplas. Analysis technique used in multiple regression analysis and the hypothesis proven by t-test, F-test and the coefficient of determination ( $R^2$ ).*

*The results indicate that the data processing product, price, distribution and promotion simultaneously significant influence on buying decision of bottle plastic in PT. Prima Kalplas of 75,80 %, while 24,20.% influenced by factors other than the Marketing Mix.*

*It is suggested that any other study for this matter can be conducted to analyze other factor that influence on buying decision*

**Keywords :** *Marketing Mix, Purchase Decision.*

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisa masalah penurunan penjualan melalui analisa pengaruh variabel Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Botol Plastik di PT Prima Kalplas.

Penelitian ini menggunakan tehnik total sampel dimana jumlah sampel yang diteliti sebanyak 80 responden yaitu semua pelanggan yang pernah melakukan pembelian botol plastik di PT. Prima Kalplas. Tehnik analisa yang digunakan adalah analisa regresi berganda dan hipotesa dibuktikan dengan Uji-t, Uji-F dan Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).

Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Bauran Pemasaran yang terdiri dari Produk, Harga, Distribusi dan Promosi secara simultan dan signifikan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Botol Plastik Pada PT. Prima Kalplas dimana nilai Koefisien Regresinya sebesar 0,758 (75,80 %), sementara 24,20 % dipengaruhi oleh faktor lain selain Bauran Pemasaran.

Disarankan untuk melakukan penelitian lain selain faktor tersebut diatas yang dapat memberikan pengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

**Kata kunci :** Bauran Pemasaran, Keputusan Pembelian.

## PENGESAHAN

Judul : **ANALISIS PENGARUH VARIABEL BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BOTOL PLASTIK PADA PT PRIMA KALPLAS**

Bentuk Tesis : Riset Bisnis

Nama : Muhammad Yasin

NIM : 55110120064

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Tanggal : 2 Maret 2013

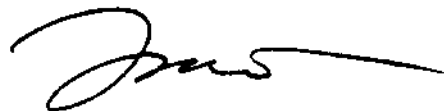
**Mengesahkan :**

**Ketua Program Studi  
Magister Manajemen**



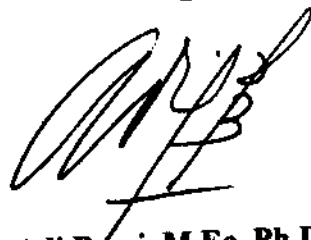
**Dr. Augustina Kurniasih, ME**

**Direktur Program Pascasarjana**



**Prof. Dr. Didik J. Rachbini**

**Pembimbing**



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

## PERNYATAAN

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

Judul : **ANALISIS PENGARUH VARIABEL BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BOTOL PLASTIK PADA PT PRIMA KALPLAS**

Bentuk Tesis : Riset Bisnis

Nama : Muhammad Yasin

NIM : 55110120064

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Tanggal : 2 Maret 2013

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program 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, 2 Maret 2013



**Muhammad Yasin**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah S.W.T., Rabb yang menciptakan alam semesta dan seluruh isinya, yang memberi rahmat dan kasih sayang serta selalu menambah nikmat hamba-Nya dan mencurahkan limpah karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Karya Akhir ini dengan judul “ **ANALISIS PENGARUH VARIABEL BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BOTOL PLASTIK PADA PT PRIMA KALPLAS** ” . Karya Akhir ini disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan guna mencapai derajat sarjana S-2 Program Pascasarjana, Program Magister Manajemen, Universitas Mercubuana, Jakarta.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih atas segala bimbingan, bantuan, fasilitas dan kesempatan yang telah diberikan. Secara khusus penghargaan dan rasa terima kasih penulis sampaikan kepada :

1. Bapak Ir. Har Adi Basri. M. Ec, Ph. D, yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dengan tulus ikhlas dalam menyelesaikan Tesis ini.
2. Ibu Dr. Augustina Kurniasih, ME, selaku Kepala Program Pendidikan Pasca Sarjana Universitas Mercubuana
3. Bapak Dr. Mudji Sabar. MBA, selaku Dosen penguji yang telah memberikan waktunya serta masukan yang berarti dalam Tesis ini.
4. Bapak Wawan Purwanto, SE. MM, selaku Ketua Sidang yang telah memberikan waktunya dan masukan yang berarti dalam Tesis ini.

5. Ibu Dr. Anik Trisuwarni, selaku Dosen Penelaah proposal seminar yang telah memberikan masukan yang berarti dalam Tesis ini
6. Bapak Prof. Dr. Didik J. Rachbini, selaku Direktur Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta.
7. Khusus keluargaku “ Istriku tercinta In Hidayatiningsih dan anak-anakku Jilan Salsabila, Aliya Zahra dan Wildan Hasan yang telah memberikan motivasi dan kesempatan kepada penulis untuk melanjutkan studi ke Pascasarjana, serta dorongan dan semangat yang tak terhingga.
8. Bapak dan Ibu mahasiswa S-2, rekan – rekan mahasiswa S-2 khususnya mahasiswa angkatan XVII, terima kasih atas kebersamaannya.
9. Bapak Ryan Zen selaku Direktur PT Prima Kalplas, terimakasih atas semua kesempatan yang diberikan sehingga memudahkan penulis dalam menyelesaikan Tesis ini.
10. Rekan-rekan team Sales/Marketing PT Prima Kalplas, terima kasih atas dukungan dan kerja samanya.
11. Seluruh staf administrasi Program Studi S-2 Program Pascasarjana, Program Magister Manajemen Universitas Mercubuana, Jakarta.

Penulis menyadari, bahwa masih banyak terdapat kekurangan dan kesalahan dalam Tesis ini. Mudah – mudahan Tesis ini dapat bermanfaat dan memberikan sumbangan bagi dunia pendidikan.

Jakarta, 2 Maret 2013

**Muhammad Yasin**



## DAFTAR ISI

<b>ABSTRACT</b> .....	i
<b>ABSTRAK</b> .....	ii
<b>PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>PERNYATAAN</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	vii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	viii
<b>DAFTAR GRAFIK</b> .....	ix
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	x

### **BAB I PENDAHULUAN**

1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Identifikasi Masalah .....	12
1.3. Perumusan Masalah.....	13
1.4 Batasan Masalah.....	13
1.5 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	14
1.6 Manfaat Penelitian.....	15

## **BAB II    DESKRIPSI PERUSAHAAN**

2.1 Deskripsi Perusahaan .....	17
2.2 Visi dan Misi .....	19
2.3 Struktur Organisasi Perusahaan.....	20
2.4 Kegiatan Perusahaan .....	21
2.5 Produk Perusahaan .....	24
2.6 Sumber Daya Manusia.....	25
2.7 Strategi Perusahaan.....	28

## **BAB III   KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI**

3.1 Pemasaran.....	30
3.2 Produk.....	35
3.3 Harga.....	46
3.4 Distribusi.....	48
3.5 Promosi.....	58
3.6 Keputusan Pembelian.....	63
3.7 Penelitian Terdahulu .....	67
3.8 Kerangka Pemikiran .....	70
3.9 Hipotesis Penelitian .....	71

## **BAB IV    METODOLOGI PENELITIAN**

4.1 Obyek Penelitian.....	72
4.2 Metode Penelitian .....	72

4.3	Tehnik Pengumpulan Data.....	73
4.4	Populasi dan Sampel.....	73
4.5	Metode Pengukuran Data .....	75
4.6	Operasionalisasi Variabel .....	76
4.7	Tehnik Analisa Data .....	79
4.7.1	Uji Validitas .....	79
4.7.2	Uji Reliabilitas .....	80
4.7.3	Uji Asumsi Klasik.....	81
4.7.4	Uji Hipotesis secara Parsial (Uji-t).....	83
4.7.5	Uji Hipotesis secara Simultan (Uji-F).....	85
4.7.6	Analisis Regresi Linier Berganda.....	87
4.7.7	Analisa Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	88
4.7.8	Uji Korelasi Antar Dimensi .....	88

## **BAB V HASIL DAN ANALISIS DATA**

5.1	Karakteristik Responden.....	90
5.2	Analisis Deskriptif Variabel.....	92
5.3	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	99
5.3.1	Hasil Uji Validitas .....	99
5.3.2	Hasil Uji Reliabilitas.....	100
5.4	Pengujian Validitas Asumsi Klasik .....	101
5.4.1	Hasil Uji Normalitas dan Analisa .....	102
5.4.2	Hasil Uji Multikolinieritas dan Analisa.....	103

5.4.3 Hasil Uji Heterokedastisitas dan Analisa .....	104
5.5 Hasil Uji Hipotesis.....	105
5.5.1 Uji – t .....	105
5.5.2 Uji – F.....	107
5.6 Hasil Analisis Regresi linier Berganda.....	108
5.7 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	110
5.8 Hasil Uji Matrik Korelasi Antar Variabel .....	111
5.9 Hasil Uji Matrik Korelasi Antar Dimensi .....	114

## **BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN**

6.1 Kesimpulan .....	117
6.2 Saran .....	118
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>121</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>124</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>151</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Pembagian jam kerja di Pt. Prima Kalplas .....	25
Tabel 2.2	Jumlah tenaga kerja Pt. Prima Kalplas .....	26
Tabel 2.3	Jumlah tenaga kerja berdasarkan jenis kelamin .....	27
Tabel 3.1	Hasil penelitian terdahulu .....	67
Tabel 4.1	Penilaian dalam skala Likert .....	75
Tabel 4.2	Kisi-kisi instrumen penelitian.....	77
Tabel 4.3	Indeks Reliabilitas dan interpretasinya .....	80
Tabel 4.4	Rancangan korelasi antar dimensi .....	89
Tabel 5.1	Karakteristik Responden .....	90
Tabel 5.2	Analisis Deskriptif Indikator Produk .....	92
Tabel 5.3	Analisis Deskriptif Indikator Harga .....	94
Tabel 5.4	Analisis Deskriptif Indikator Distribusi .....	95
Tabel 5.5	Analisis Deskriptif Indikator Promosi .....	97
Tabel 5.6	Analisis Deskriptif Indikator Keputusan Pembelian .....	98
Tabel 5.7	Hasil Uji Validitas Dimensi Variabel .....	100

Tabel 5.8 Hasil Uji Reliabilitas Dimensi Variabel .....	101
Tabel 5.9 Hasil Uji Normalitas Analisis Dimensi Variabel .....	102
Tabel 5.10 Hasil Uji Multikolinieritas .....	103
Tabel 5.11 Hasil Uji Heterokedastisitas .....	104
Tabel 5.12 Hasil Uji F .....	108
Tabel 5.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	111
Tabel 5.14 Hasil Uji Matriks Korelasi Antar Variabel .....	112
Tabel 5.15 Hasil Uji Matriks Korelasi Antar Dimensi .....	114

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Struktur organisasi Pt. Prima Kalplas .....	20
Gambar 2.2 Alur proses pembuatan botol plastik di Pt. Prima Kalplas .....	22
Gambar 2.3 Alur proses pembuatan tutup plastik di Pt. Prima Kalplas .....	23
Gambar 3.1 Proses Keputusan Pembelian .....	64
Gambar 3.2 Diagram Paradigma Penelitian.....	70
Gambar 4.1 Uji-t (Uji parsial) .....	85
Gambar 4.2 Uji –F (Uji simultan) .....	87

## DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1	Klasifikasi dan segmentasi industri kemasan.....	1
Grafik 1.2	Konsumsi produk plastik pe kapita pertahun.....	3
Grafik 1.3	Rata-rata penjualan tahun 2009 s/d 2012 .....	7
Grafik 1.4	Jumlah pelanggan tahun 2008 s/d 2012.....	8
Grafik 1.5	Persentase rata-rata pengembalian barang tahun 2009 s/d 2012 .....	10
Grafik 1.6	Hasil Survey Kepuasan Pelanggan bulan Januari tahun 2012 .....	11



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	124
Lampiran 2.Data Validitas.....	129
Lampiran 3.Regresi Berganda, Anova dan Determinasi (R2).....	130
Lampiran 4. Matrik Korelasi Antar Variabel.....	131
Lampiran 5. Matrik Korelasi Antar Dimensi.....	132
Lampiran 6.Data Uji Validitas Produk (X1).....	134
Lampiran 7. Data Uji Validias Harga (X2).....	136
Lampiran 8. Data Uji Validitas Distribusi (X3).....	138
Lampiran 9.Data Uji Validitas Promosi (X4).....	140
Lampiran 10. Data Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	142
Lampiran 11. Tabel r-product moment.....	143
Lampiran 12. Data Uji Reliabilitas.....	145
Lampiran 13. Data skor variabel Produk (X1).....	146
Lampiran 14. Data skor variabel Harga (X2).....	147
Lampiran 15. Data skor variabel Distribusi (X3).....	148

Lampiran 16. Data skor variabel Promosi (X4).....	149
Lampiran 15. Data skor variabel Keputusan Pembelian (Y).....	150