



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KETERSEDIAAN PRODUK
DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK LULUR MANDI SUMBER AYU DI JAKARTA**

TESIS

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**
OLEH:
CHARLES VICTOR B. SARAGIH
NIM : 55111120138

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



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KETERSEDIAAN PRODUK
DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK LULUR MANDI SUMBER AYU DI JAKARTA**

TESIS

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

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**OLEH:
CHARLES VICTOR B. SARAGIH
NIM : 55111120138**

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

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : **Pengaruh Kualitas Produk, Ketersediaan Produk dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lulur Mandi Sumber Ayu di Wilayah Jakarta**

Bentuk Tesis : Penelitian

Nama : Charles Victor B. Saragih

Nim : 5511120138

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 03 September 2013

Mengetahui
Direktur Program Pascasarjana

Mengesahkan
Ketua Program Studi Magister Manajemen

(Prof, Dr. Didik J. Rachbini)

(Dr. Augustina Kurniasih, ME)

Pembimbing Utama

Pembimbing II

(Muchsin Saggaff Shihab, MBA, Ph.D.)

(Wawan Purwanto, SE, MM)

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : **Pengaruh Kualitas Produk, Ketersediaan Produk dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lulur Mandi Sumber Ayu di Wilayah Jakarta**

Bentuk Tesis : Penelitian

Nama : Charles Victor B. Saragih


Nim : 5511120138

Program : Magister Manajemen

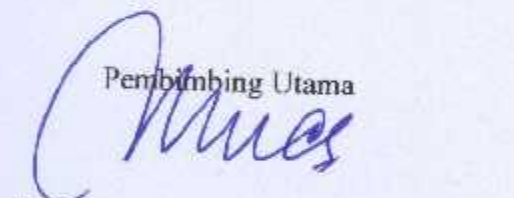
Tanggal : 03 September 2013


Mengetahui
Direktur Program Pascasarjana

Mengesahkan
Ketua Program Studi Magister Manajemen


(Prof. Dr. Didik J. Rachbini)


(Dr. Augustina Kurniasih, ME)


Pembimbing Utama
(Muchsin Saggaff Shihab, MBA, Ph.D.)


Pembimbing II
(Wawan Purwanto, SE, MM)

PERNYATAAN

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

Judul : **Pengaruh Kualitas Produk, Ketersediaan Produk dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lulur Mandi Sumber Ayu di Wilayah Jakarta**

Bentuk Tesis : Penelitian

Nama : Charles Victor B. Saragih

Nim : 5511120138

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 03 September 2013

Merupakan hasil studi pustaka, observasi dan wawancara, 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, 03 September 2013

(Charles Victor B. Saragih)

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur ke hadirat Tuhan Yesus Kristus serta segala rahmat dan karunia-Nya pada penulis, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tesis yang berjudul : Pengaruh Kualitas Produk, Ketersediaan Produk dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Produk Lulur Mandi Sumber Ayu di Jakarta.

Tesis ini ditulis dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Master 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 berterimakasih kepada semua pihak yang secara langsung dan tidak langsung memberikan kontribusi dalam penyelesaian karya ilmiah ini.

Secara khusus pada kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih kepada:

1. Muchsin Saggaff Shihab, MBA, Ph.D., sebagai dosen pembimbing utama dan Wawan Purwanto, SE, MM sebagai dosen pembimbing II yang telah membimbing dan mengarahkan penulis selama penyusunan Tesis ini dari awal hingga Tesis ini dapat diselesaikan.
2. Dr. Baruna Hadibrata, MM, selaku Penguji pada Seminar Proposal dan selaku Penguji pada Ujian Tesis.
3. Prof, Dr. Didik J. Rachbini, Direktur Program Pascasarjana, beserta segenap jajarannya yang telah berupaya meningkatkan situasi kondusif di Fakultas.

4. Ketua Program Studi Magister Manajemen, Dr. Augustina Kurniasih, ME.
Demikian juga penulis menyampaikan terimakasih kepada seluruh dosen dan staf administrasi Prodi Magister Manajemen.
5. Rekan-rekan mahasiswa yang telah menaruh simpati dan bantuan sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis ini.
6. Neeraj Khatri, Direktur Utama Wipro Unza selaku atasan langsung penulis.
7. Dr. Karl M. Saragih dan Hanna Agustina, MA (alm) sebagai orang tua penulis, Ayu selaku pendamping hidup penulis dan Laurent, Jason, Ryan serta Kevin, yang telah dengan penuh kasih sayang dan kesabarannya mendorong penulis untuk menyelesaikan karya ilmiah ini.

Kiranya hasil penulisan ini dapat memberi manfaat kepada banyak orang.

Jakarta, 03 September 2013

Penulis



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

	Hal.
<i>ABSTRACT</i>	i
ABSTRAK	ii
PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Perumusan Masalah	6
1.2.1. Identifikasi Masalah	6
1.2.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	7
BAB II. DESKRIPSI PERUSAHAAN	
2.1. Sejarah Perusahaan	9
2.2. Lingkup dan Bidang Usaha	11
2.2.1. Produk Sumber Ayu	11
2.3. Sumber Daya	12
2.4. Tantangan Bisnis	13
2.5. Proses/Kegiatan Fungsi Bisnis	13
BAB III. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	
3.1. Kajian Teori	16
3.1.1. Kualitas Produk	16
3.1.1.1. Pengaruh Kualitas Produk	17
3.1.1.2. Dimensi Kualitas Produk	18
3.1.2. Ketersediaan Produk	20
3.1.2.1. Dimensi Ketersediaan Produk	22
3.1.3. Gaya Hidup	24
3.1.3.1. Segmentasi Gaya Hidup	25
3.1.4. Keputusan Pembelian	27
3.1.4.1. Perilaku Pembelian	27
3.1.4.2. Proses Keputusan Pembelian	28
3.1.5. Perilaku Konsumen	30
3.2. Penelitian Terdahulu	31
3.3. Kerangka Pikir	32
3.4. Hipotesis	33
3.5. Korelasi Antar Dimensi Variabel	34

BAB IV. METODE PENELITIAN

4.1. Jenis Desain Penelitian	35
4.2. Ruang Lingkup	35
4.3. Lokasi Penelitian	36
4.4. Pendekatan Penelitian	36
4.5. Variabel Penelitian	36
4.5.1. Definisi Konsep	36
4.5.2. Definisi Operasional	37
4.6. Populasi dan Sampel Penelitian	38
4.6.1. Sampel <i>Random</i>	38
4.6.2. Sampel <i>Nonrandom</i>	39
4.6.3. Penentuan Populasi dan Sampel	39
4.7. Jenis dan Sumber Data	40
4.7.1. Data Primer	40
4.7.2. Data Sekunder	40
4.8. Tehnik Pengumpulan Data	40
4.8.1. Kuesioner	40
4.8.2. Wawancara	41
4.8.3. Observasi	41
4.8.4. Studi Dokumentasi	41
4.9. Tehnik Analisis Data	41
4.9.1. Validitas	42
4.9.1.1. Validitas Konstruk	42
4.9.1.2. Pengukuran Validitas	42
4.9.2. Reliabilitas	43
4.9.3. Analisis Regresi Linier	43
4.9.3.1. Uji Normalitas	43
4.9.3.2. Heteroskedastisitas	44
4.9.3.3. Multikolinearitas	44
4.9.3.4. Regresi Linier Sederhana	45
4.9.3.5. Regresi Berganda	45
4.9.3.6. Koefisien Determinan (R^2)	45
4.9.4. Pengujian Hipotesis	46
4.9.4.1. Uji Hipotesis Individu (Uji t)	46
4.9.4.2. Uji Hipotesis Simultan (Uji F)	47
4.10. Uji Korelasi Dimensi	47
4.11. Jadwal Penyusunan Tesis	47

BAB V. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	48
5.2. Hasil Penelitian	48
5.2.1. Penyajian Data	48
5.2.2. Analisis Data	49
5.2.2.1. Uji Validitas	49
5.2.2.2. Uji Validitas Instrumen	49
5.3. Pembahasan Hasil Penelitian	50
5.3.1. Uji Reliabilitas Data	50

5.3.2. Uji Data	50
5.3.2.1. Uji Normalitas	50
5.3.2.2. Uji Multikolinearitas	52
5.3.2.3. Uji Heteroskedasitas	53
5.3.3. Analisis Regresi Linier Sederhana	54
5.3.3.1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	54
5.3.3.2. Pengaruh Ketersediaan Produk terhadap Keputusan Pembelian	55
5.3.3.3. Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian	56
5.3.4. Analisis Regresi Berganda	57
5.3.5. Analisis Hubungan Antar Dimensi pada Variabel Penelitian	60
5.3.5.1. Hubungan antar Dimensi Penelitian Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	61
5.3.5.2. Hubungan antar Dimensi Penelitian Ketersediaan Barang terhadap Keputusan Pembelian	62
5.3.5.3. Hubungan antar Dimensi Penelitian Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian	64
5.3.6. Hubungan Hasil Penelitian dengan Penelitian Terdahulu	65
 BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1. Kesimpulan	67
6.2. Saran	68
 DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN	74
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	90

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

	Hal.
Tabel III.1. Penelitian Terdahulu	32
Tabel III.2. Korelasi antar dimensi Variabel	34
Tabel IV.1. Variabel Operasional	37
Tabel IV.2. Kriteria Korelasi	42
Tabel IV.3. Korelasi Antar Dimensi	47
Tabel V.1. Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	50
Tabel V.2. Uji Reliabilitas Instrumen Pengukuran	50
Tabel V.3. Uji Normalitas Metode Kolmogorov-Smirnov	51
Tabel V.4. Hasil Uji Multikolinearitas	53
Tabel V.5. Koefisien Regresi Sederhana Kualitas Produk	54
Tabel V.6. Perhitungan Koefisien Regresi Sederhana Ketersediaan Barang terhadap Keputusan Pembelian	55
Tabel V.7. Perhitungan Koefisien Regresi Sederhana Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian	56
Tabel V.8. Perhitungan Koefisien Regresi Berganda Kualitas Produk, Ketersediaan Barang dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian	59
Tabel V.9. ANNOVA	59
Tabel V.10. Koefisien Determinasi	60
Tabel V.11. Korelasi Antar Dimensi X_1 Terhadap Y	61
Tabel V.12. Korelasi Antar Dimensi X_2 Terhadap Y	63
Tabel V.13. Korelasi Antar Dimensi X_3 Terhadap Y	65

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

		Hal.
Gambar I.1.	Data penjualan lulur Sumber Ayu	2
Gambar I.2.	Penjualan per bulan lulur Sumber Ayu	3
Gambar II.1.	Pendapatan dan keuntungan Wipro Ltd.	10
Gambar II.2.	Distribusi pendapatan Wipro Ltd.	11
Gambar III.1.	VALS	27
Gambar III.2.	Model Perilaku Konsumen	27
Gambar III.3.	Lima Tahap Proses Pembelian	30
Gambar III.4.	Kerangka Pikir	33
Gambar III.5.	Model Kerangka Pikir	33
Gambar V.1.	Diagram Histogram Data Penelitian	51
Gambar V.2.	Diagram P-P Plot Data Penelitian	52
Gambar V.3.	Scatter Plot Data Penelitian	53



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

		Hal.
Lampiran 1	Kuesioner	74
Lampiran 2	Tabulasi Data	77
Lampiran 3	Hasil SPSS	83



UNIVERSITAS
MERCU BUANA