



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PENGARUH PRODUK, PROMOSI, HARGA DAN
DISTRIBUSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PELANGGAN**

(STUDI KASUS : PT. CATUR SENTOSA ADIPRANA TBK. JAKARTA BARAT)

TESIS

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Oleh
Gusti Nyoman Budiadnyana

55110110006

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



**PENGARUH PRODUK, PROMOSI, HARGA DAN
DISTRIBUSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PELANGGAN**

(STUDI KASUS : PT. CATUR SENTOSA ADIPRANA TBK. JAKARTA BARAT)

TESIS

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

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Oleh

Gusti Nyoman Budiadnyana

55110110006

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

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bawa semua pernyataan dalam karya akhir ini :

Judul : **Pengaruh Produk, Promosi, Harga dan Distribusi terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan (Studi Kasus PT. Catur Sentosa Adiprana Tbk. Jakarta Barat)**

Bentuk Karya Akhir : Riset Bisnis

Nama : Gusti Nyoman Budiadnyana

NIM : 55110110006

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Tanggal : 31 Agustus 2013

Merupakan hasil pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang telah 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 di periksa kebenarannya.

Jakarta, 31 Agustus 2013



Gusti Nyoman Budiadnyana

PENGESAHAN

Judul : **Pengaruh Produk, Promosi, Harga dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan (Studi Kasus : PT. Catur Sentosa Adiprana Tbk. Jakarta Barat)**

Bentuk Karya Akhir : Riset Bisnis

Nama : Gusti Nyoman Budiadnyana

NIM : 55110110006

Program : Pascasarjana Program Studi Magister Manajemen

Tanggal : Oktober 2013

Mengesahkan

**Ketua Program Studi
Magister Manajemen**

Direktur Program Pascasarjana

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Dr. Augustina Kurniasih, ME

Prof. Dr. Didik J. Rachbini

Pembimbing Utama

Pembimbing II



Dr. Ir. Alugoro Mulyowahyudi, MSc



Drs. Wawan Purwanto, SE, ME

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan segala sesuatunya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis yang berjudul : Pengaruh Produk, Promosi, Harga, Distribusi terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Pada PT. Catur Sentosa Adiprana TBK. Tesis ini ditulis dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar 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 Dr. Ir. Alugoro Mulyowahyudi, M.Sc. dan Drs. Wawan Purwanto, SE, ME. sebagai dosen pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan penulis selama penyusunan Tesis ini dari awal hingga Tesis ini dapat diselesaikan. Penulis juga berterimakasih kepada Prof. Dr. Ngadino Surif, selaku Penguji pada Seminar Proposal, Dr. Lien Herliani Kusumah, MT, Dr. Aries Susanty selaku Penguji pada Ujian Tesis, Prof. Dr. Didik J. Rachbini Direktur Program Pascasarjana, beserta segenap jajarannya yang telah berupaya meningkatkan situasi kondusif di Fakultas. Tak lupa penulis berterimakasih kepada Ketua Program Studi Magister Manajemen, Dr. Augustina Kurniasih, ME. Demikian juga penulis menyampaikan terimakasih kepada seluruh dosen dan staf administrasi Prodi Magister Manajemen, termasuk rekan-rekan mahasiswa yang

telah menaruh simpati dan bantuan sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis ini. Akhirnya penulis mengucapkan terimakasih kepada kedua orang tua, yang dengan penuh kasih sayang dan kesabarannya mendorong penulis untuk menyelesaikan karya ilmiah ini. Kiranya hasil penulisan ini dapat memberi sumbangsih dalam masalah pengembangan pasar bursa di tanah air.

Penulis



DAFTAR ISI

<i>ABSTRACT</i>	i
ABSTRAK	ii
PERNYATAAN	iii
PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR GRAFIK	xv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Rumusan dan Batasan Masalah	4
1.2.1 Identifikasi Masalah	4
1.2.2 Rumusan Masalah	4

1.3	Maksud dan Tujuan Penelitian	5
1.3.1	Maksud Penelitian	5
1.3.2	Tujuan Penelitian	5
1.4	Manfaat dan Kegunaan Penelitian	6
1.4.1	Manfaat Penelitian	6
1.4.2	Kegunaan Penelitian	7
BAB II	DESKRIPSI PERUSAHAAN	8
2.1	Sejarah Perusahaan	8
2.2	Lingkup Bidang Usaha	11
2.2.1	Distribusi Bahan Bangunan	11
2.2.2	Distribusi Bahan Kimia	12
2.2.3	Distribusi Barang Konsumer	15
2.3	Sumber Daya	16
2.4	Tantangan Bisnis	18
2.5	Proses Bisnis	21

BAB III	KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN	23
	HIPOTESA	
3.1	KAJIAN PUSTAKA	23
3.1.1	Produk	24
3.1.2	Promosi	31
3.1.3	Harga / Price	33
3.1.4	Distribusi	35
3.1.5	Keputusan Pembelian Pelanggan	37
3.2	Penelitian Terdahulu	42
3.3	Kerangka Pemikiran	48
3.4	Hipotesis	55
BAB IV	METODELOGI PENELITIAN	56
4.1	Lokasi Penelitian	56
4.2	Metode Penelitian	56
4.3	Variable Penelitian	57
4.3.1	Produk	57

4.4	Metode Pengumpulan Data	61
	Populasi dan Sampel Penelitian	62
4.5.1	Populasi	62
4.5.2	Sampel	62
4.6	Metode Analisa	65
4.6.1	Uji Instrumen	65
4.6.2	Analisa Deskriptif	66
4.6.3	Matrik Korelasi Antar Dimensi	66
4.6.4	Uji Asumsi Klasik	66
4.6.5	Uji Regresi Berganda	68
4.6.6	Koefisien Determinasi	69
BAB V	HASIL DAN ANALIS	70
5.1	Hasil Penelitian	70
5.1.1	Analisa Profil Responden	70
5.1.2	Uji Instrumen	71
5.1.3	Analisis Deskriptif Variabel	79

5.1.4	Korelasi Antar Dimensi	85
5.1.5	Uji Asumsi Klasik	87
5.1.6	Analisa Regresi Berganda	92
5.2	Analisis	99
5.2.1	Pengaruh Produk terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan	99
5.2.2	Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan	99
5.2.3	Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan	100
5.2.4	Pengaruh Distribusi terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan	100
5.2.5	Pengaruh Produk, Promosi, Harga dan Distribusi secara Simultan terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan	101
BAB VI	KESIMPULAN DAN SARAN	102
6.1	Kesimpulan	102
6.2	Saran	103
	DAFTAR PUSTAKA	105
	LAMPIRAN	
	RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Struktur Organisasi	11
Gambar 2.2 Branch Distribusi	13
Gambar 2.3 Bisnis Proses Data Flow Diagram.....	22
Gambar 3.1 Alur Pengambilan Keputusan Pembelian Pelanggan	40
Gambar 3.3 Keterkaitan Antar Dimensi Produk Dengan Dimensi Keputusan Pembelian Pelanggan	53
Gambar 3.4 Keterkaitan Antar Dimensi Promosi Dengan Dimensi Keputusan Pembelian Pelanggan	54
Gambar 3.5 Keterkaitan Antar Dimensi Harga Dengan Dimensi Keputusan Pembelian Pelanggan	55
Gambar 3.6 Keterkaitan Antar Dimensi Distribusi Dengan Dimensi Keputusan Pembelian Pelanggan	56
Gambar 3.7 Keterkaitan Dimensi Produk, Promosi, Harga, Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan	57
Gambar 3.8 Model Penelitian	59

MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Jumlah Karyawan berdasarkan bidang usaha.....	18
Tabel 2.2 Berbagi Saham	18
Tabel 3.1 Penelitian Terdahulu.....	45
Tabel 4.1 Variabel, Dimensi dan Indikator Produk	57
Tabel 4.2 Variabel, Dimensi dan Indikator Promosi.....	58
Tabel 4.3 Variabel, Dimensi dan Indikator Harga	59
Tabel 4.4 Variabel, Dimensi dan Indikator Distribusi.....	59
Tabel 4.5 Variabel, Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian	60
Tabel 4.6 Distribusi Pengambilan Sampel	63
Tabel 5.1 Uji Validitas Variable Faktor Produk (X1)	70
Tabel 5.2 Uji Validitas Variable Faktor Promosi (X2)	72
Tabel 5.3 Uji Validitas Variable Faktor Harga (X3)	73
Tabel 5.4 Uji Validitas Variable Faktor Distribusi (X4)	74
Tabel 5.5 Uji Validitas Variable Faktor Keputusan Pembelian (Y)	75
Tabel 5.6 Rekap <i>Cronbach's Alpha</i> Variable Produk, Promosi, Harga, Distribusi	75
Tabel 5.7 Deskriptif Dimensi Produk	76
Tabel 5.8 Deskriptif Dimensi Promosi	77
Tabel 5.9 Deskriptif Dimensi Harga	78
Tabel 5.10 Deskriptif Dimensi Distribusi	79
Tabel 5.11 Deskriptif Dimensi Keputusan Pembelian	79
Tabel 5.12 Korelasi antar Dimensi Produk, Promosi, Harga, Distribusi terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan	80

Tabel 5.13 <i>Test Of Normality</i>	82
Tabel 5.14 <i>Coefficients</i>	85
Tabel 5.15 <i>model summary</i>	85
Tabel 5.16 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda <i>Coefficient</i>	86
Tabel 5.17 Uji (t) <i>Coefficients</i>	89
Tabel 5.18 ANOVA ^b	90
Tabel 5.19 Rekap Koefisien Determinasi Variabel Produk, Promosi, Harga, Distribusi	91



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1	Penjualan Produk Mowilex Weathercoat Vs Dulux Pentalite	2
Grafik 1.2	Trend Pengembalian Barang Produk Mowilex Weathercoat Vs Dulux Pentalite Tahun 2011	3
Grafik 5.1	Karakteristik responden berdasarkan jenis toko	70



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Gusti Nyoman Budiadnyana
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Tempat/Tanggal Lahir : Bali, 28 April 1976
Alamat : Perum Talaga Bestari Cluster Harmony Blok HE-09
RT. 014 RW. 001
Desa/Lelurahan : Wanakerta
Kecamatan : Sindang Jaya
Telepon / Hp : 083871910111 / 081932201727
Email : budi_sgr@yahoo.com
Pendidikan Formal : - 1983 – 1989 SD Negeri 2 Sinabun
- 1989 – 1992 STN Singaraja
- 1992 – 1995 SMU 17 Agustus 1945 Banyuwangi
- 1995 – 2000 Universitas Bina Nusantara, Jurusan
Manajemen Informatika
- 2010 – 2012 Universitas Mercu Buana Jakarta,
Program Studi Magister Manajemen, Konsentrasi
Manajemen Pemasaran
Pengalaman Kerja : IT Data & System Analyst Manager PT. Catur Sentosa
Adiprana Tbk. 19 Juli 1996 – Sekarang