

**PENGARUH PROMOSI PERDAGANGAN (*TRADE PROMOTION*) DAN  
CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
KONSUMEN INDUSTRI PADA PT UNILEVER INDONESIA TBK**

SKRIPSI

Nama : Ahmad Shodikin  
NIM : 43107120141



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2013

**PENGARUH PROMOSI PERDAGANGAN (*TRADE PROMOTION*) DAN  
CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
KONSUMEN INDUSTRI PADA PT UNILEVER INDONESIA TBK**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar  
SARJANA EKONOMI  
Program Studi Manajemen – Strata 1**

**Nama : Ahmad Shodikin  
NIM : 43107120141**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2013**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Ahmad Shodikin  
NIM : 43107120141  
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip dari karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 27 Juni 2013

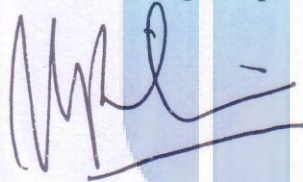


( Ahmad Shodikin )  
NIM : 43107120141

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Ahmad Shodikin  
NIM : 43107120141  
Program Studi : Manajemen  
Judul Skripsi : **Pengaruh Promosi Perdagangan (*Trade Promotion*)  
Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian  
Konsumen Industri Pada PT Unilever Indonesia Tbk.**  
Tanggal Ujian :

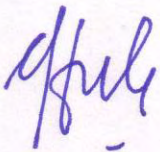
Disahkan Oleh :  
Pembimbing Skripsi



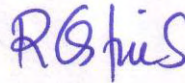
( Mochamad Rizki BBA.MBA. )  
Tanggal : 27 Juni 2013

Dekan

Ketua Program Studi S1 Manajemen



( DR. Wiwik Utami, MS )  
Tanggal : 27 Juni 2013



( Dr. Rina Astini, MM. )  
Tanggal : 27 Juni 2013

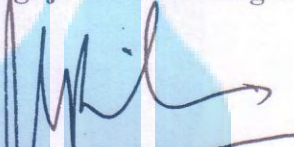
## LEMBAR PENGESAHAN DEWAN PENGUJI

Skripsi  
Pengaruh promosi perdagangan (*trade promotion*) dan citra merek terhadap  
keputusan pembelian konsumen industri  
Pada PT Unilever Indonesia Tbk

Dipersiapkan dan Disusun oleh:  
**Ahmad Shodikin**  
43107120141

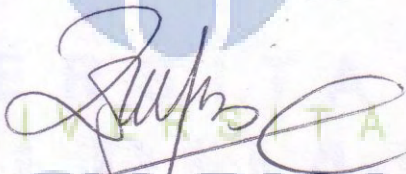
Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 27 Juni 2013

**Susunan Dewan Penguji**  
**Ketua Penguji / Pembimbing Skripsi**



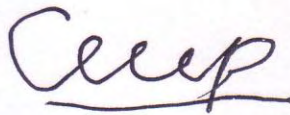
(Mochamad Rizki, BBA.MBA.)

**Anggota Dewan Penguji**



( Zulfitri, MS. MM )

**Anggota Dewan Penguji**



( DR. Ir. Cecep Winata, M.Si )

## KATA PENGANTAR

*Assalamu 'alaikum Wr.Wb.*

Alhamdulillah Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala petunjuk, kesehatan dan rahmat yang berlimpah sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Adapun penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat di dalam memperoleh gelar Sarjana di Universitas Mercu Buana Jakarta.

Penulisan skripsi ini selesai dengan bantuan berbagai pihak yang telah membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Karenanya, penulis secara khusus mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Arisetyanto Nugroho, MM, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Bapak Ir. Yenon Orsa, MT, selaku Direktur Kelas Karyawan Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Dr. Wiwik Utami, MS, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Arief Bowo Prayoga K, SE, MM selaku Wakil Dekan dan Pembina Kemahasiswaan Universitas Mercu Buana.
5. Ibu Dr. Rina Astini, MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Strata 1 Universitas Mercu Buana.
6. Bapak Mochamad Rizki, BBA. MBA, selaku dosen pembimbing yang telah bersedia memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.

7. Seluruh Dosen dan Staf Universitas Mercu Buana yang telah memberikan pelayanan dalam studi dan dalam pembuatan skripsi ini.
8. Pimpinan dan seluruh karyawan PT. UNILEVER INDONESIA TBK yang telah membantu dan mendukung dalam penulisan skripsi ini.
9. Teristimewa kepada Bapak Suyoto dan Ibuku tercinta Ibu Siti Musiyati, dan seluruh keluarga yang telah memberikan nasehat, dukungan dan doa restu kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Kekasihku Iftah Nurdiana tercinta yang menjadi motivator, dan penyemangatku dalam tiap harinya.
11. Motivatorku Ade Kurniawan, SE. yang selalu dengan sabar member semangat, nasehat serta inspirasi selama ini.
12. Teman-teman seperjuangan di kampus, yang telah memberikan kenangan manis, dukungan serta solidaritasnya kepada penulis baik secara langsung maupun tidak langsung sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
13. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, terima kasih atas segala bantuan dan informasi yang diberikan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT memberikan pahala dan balasan yang berlipat ganda atas amal dan budi baik semua pihak tersebut di atas. Amin. Akhirnya, dari segala ketulusan hati semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Jakarta, 27 Juni 2013

Penuli

## DAFTAR ISI

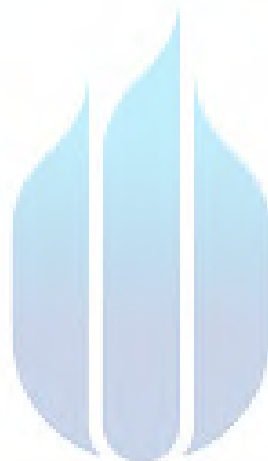
HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
ABSTRAK.....	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Batasan Masalah.....	7
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	7
BAB II LANDASAN TEORI.....	9



2.1	Pengertian Manajemen.....	9
2.1.1	Prinsip Manajemen.....	9
2.1.2	Fungsi Manajemen.....	10
2.1.3	Sarana Manajemen.....	12
2.1.4	Etika Manajerial.....	12
2.2	Pengertian Pemasaran.....	12
2.2.1	Orientasi Pemasaran Holistik dan Nilai Pelanggan .....	14
2.2.2	Pengertian Manajemen Pemasaran.....	15
2.2.3	BauranPemasaran.....	15
2.3	Promosi Penjualan.....	16
2.3.1	Pengertian Promosi Penjualan.....	16
2.3.2	Tujuan Promosi Penjualan.....	25
2.4	Promosi Perdagangan ( <i>Trade Promotion</i> ).....	26
2.5	Citra Merek.....	29
2.5.1	Pengertian Citra Merek.....	29
2.5.2	Hubungan Citra Merek dengan Keputusan Pembelian.....	31
2.6	Pengertian Keputusan Pembelian.....	32
2.7	Perilaku Konsumen Industri .....	35
2.7.1	Model Perilaku Pembelian Industri.....	35
2.7.2	Proses Pembelian Industri.....	37
2.7.3	Metode dan Keputusan Pembelian Industri .....	39

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN.....	42
3.1 Obyek Penelitian.....	42
3.1.1 Lokasi Penelitian.....	42
3.1.2 Gambaran Umum Perusahaan.....	42
3.1.3 Sejarah PT Unilever Indonesia Tbk.....	42
3.1.4 Buavita Produk PT Unilever Indonesia Tbk.....	50
3.2 Desain Penelitian.....	52
3.3 Hipotesis.....	52
3.4 Variabel dan Skala Penelitian.....	53
3.4.1 Variabel.....	53
3.4.2 Definisi Operasional Variabel.....	54
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	58
3.6 Jenis Data.....	58
3.7 Populasi dan Sampel .....	59
3.8 Metode Analisis Data .....	59
3.8.1 Uji Validitas.....	60
3.8.2 Uji Realibilitas.....	60
3.8.3 Tekhnik Analisis Data.....	61
3.8.4 Uji Asumsi Klasik.....	61
3.8.5 Analisis Regresi Linier Berganda.....	63
3.8.6 Pengujian Koefisien Persamaan Regresi.....	64
BAB IV. ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	67
4.1 Karakteristik Responden.....	68

4.1.1	Bidang Perusahaan.....	68
4.1.2	Lama Kerja Sama.....	69
4.1.3	Jumlah Produk Yang Dimiliki.....	70
4.2	Analisis Promosi Perdagangan Produk Buavita.....	71
4.3	Analisis Citra Merek Produk Buavita.....	83
4.4	Analisis Keputusan Pembelian.....	95
4.5	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	101
4.5.1	Uji Validitas.....	101
4.5.2	Uji Reliabilitas.....	103
4.6	Uji Asumsi Klasik.....	104
4.6.1	Uji Multikolinieritas.....	105
4.6.2	Uji Heterokedastisitas.....	106
4.6.3	Uji Autokorelasi.....	107
4.6.4	Uji Normalitas.....	108
4.7	Analisis Pengaruh Promosi Perdagangan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	109
4.7.1	Persamaan Regresi Linier Berganda.....	109
4.7.2	Uji Korelasi dan Koefisien Determinasi.....	110
4.7.3	Pengujian Persamaan Koefisien Regresi.....	111
 BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....		116
5.1	KESIMPULAN.....	116
5.2	SARAN.....	117
 DAFTAR PUSTAKA.....		119



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA