

**PENGARUH *SHELF SHARE* (AREA PAJANG) TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SUSU MEAD JOHNSON
(Studi Kasus Usaha Dagang Radja Susu Jakarta Barat)**

SKRIPSI

Nama : Ade Kurniawan
NIM : 43107110015



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
201

**PENGARUH *SHELF SHARE* (AREA PAJANG) TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SUSU MEAD JOHNSON
(Studi Kasus Usaha Dagang Radja Susu Jakarta Barat)**

SKRIPSI

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

Nama : Ade Kurniawan
NIM : 43107110015



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2012

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ade Kurniawan

NIM : 43107110015

Program Studi : Manajemen Pemasaran

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, 22 Maret 2012



(Ade Kurniawan)
43107110015

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Ade Kurniawan

NIM : 43107110015

Program Studi : Manajemen

Judul Skripsi : **PENGARUH *SHELF SHARE* (AREA PAJANG)**

TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK

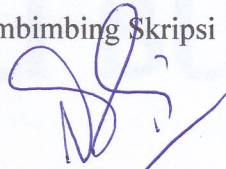
SUSU MEAD JOHNSON

(Studi Kasus : Usaha Dagang Radja Susu Jakarta Barat)

Tanggal Lulus Ujian : 22 Maret 2012

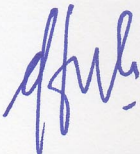
Disahkan oleh:

Pembimbing Skripsi



(Daru Asih, SE, M.Si)

Dekan



(Dr. Wiwik Utami, Ak, MS)

Ketua Program Studi Manajemen - S1



(H. Arief Bowo Prayoga K, SE, MM)

LEMBAR PENGESAHAN DEWAN PENGUJI

Skripsi

Pengaruh *Shelf Share* (Area Pajang) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Susu Mead Johnson (Studi Kasus : Usaha Dagang Radja Susu Jakarta Barat)

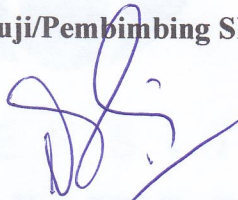
Dipersiapkan dan Disusun :

**Ade Kurniawan
43107110015**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 22 Maret 2012

Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji/Pembimbing Skripsi



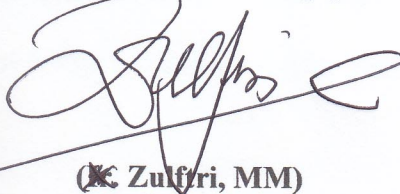
(Daru Asih, SE, M.Si)

Anggota Dewan Penguji



(H. Arief Bowo Prayoga K, SE, MM)

Anggota Dewan Penguji



(K. Zulfri, MM)

KATA PENGANTAR

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 rampung 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 Yenon Orsa, Ir. MT, selaku Direktur Kelas Karyawan Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Dr. Wiwik Utami, Ak, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Bapak H. Arief Bowo Prayoga K, SE, MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Strata 1 Universitas Mercu Buana.
5. Ibu Daru Asih, SE, M.Si, selaku dosen pembimbing yang telah bersedia memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.

6. Seluruh Dosen dan Staf Universitas Mercu Buana yang telah memberikan pelayanan dalam studi dan dalam pembuatan skripsi ini.
7. Bapak Ferry dan Ibu Rosna selaku pemilik Usaha Dagang Radja Susu Jakarta Barat.
8. Almarhum Bapak Agus Nuryanto, sahabat tercinta yang menjadi motivator dengan semangat belajar yang tinggi.
9. Rekan-rekan seperjuangan MUMBA XI yang selalu memberi semangat belajar.
10. Teristimewa kepada Ayah dan Mama tercinta, Aa Iwan dan Dede Intan serta seluruh keluarga yang telah memberikan nasehat, dukungan dan doa restu kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Motivatorku *Salesman Team* CHB PT Enseval Putera Megatrading Tbk. cabang Jakarta II yang tak henti mengalirkan semangat yang luar biasa.
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, 22 Maret 2012

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN DEWAN PENGUJI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
ABSTRAK.....	xx
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Batasan Masalah.....	7
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	7
BAB II LANDASAN TEORI.....	9
2.1 Pengertian Pemasaran.....	9
2.2 Konsep Pemasaran Holistik.....	9
2.2.1 Orientasi Pemasaran Holistik dan Nilai Pelanggan.....	10
2.2.2 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	11

2.3 Bauran Pemasaran.....	12
2.4 Promosi Penjualan.....	14
2.4.1 Tujuan Promosi Penjualan.....	15
2.5 <i>Space</i> (Ruang) Manajemen.....	28
2.5.1 <i>Shelf Share</i> (Area Pajang).....	30
2.6 Pengertian Keputusan Pembelian.....	31
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN.....	35
3.1 Obyek Penelitian.....	35
3.1.1 Lokasi Penelitian.....	35
3.1.2 Gambaran Umum Radja Susu.....	35
3.2 Desain Penelitian.....	36
3.3 Hipotesis.....	36
3.4 Variabel dan Skala Pengukuran.....	36
3.4.1 Variabel.....	36
3.4.2 Definisi Operasional Variabel.....	37
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	41
3.6 Jenis Data.....	41
3.7 Populasi dan Sampel.....	42
3.8 Metode Analisis Data.....	43
3.8.1 Uji Validitas.....	43
3.8.2 Uji Reliabilitas.....	44
3.8.3 Teknik Analisa Data.....	45

3.8.4 Uji Asumsi Klasik.....	45
3.8.5 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	46
3.8.6 Uji t.....	47
BAB IV. ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	48
4.1 Karakteristik Responden.....	49
4.1.1 Jenis Kelamin Responden.....	49
4.1.2 Usia Responden.....	50
4.1.3 Pendidikan Terakhir Responden.....	50
4.1.4 Pekerjaan Responden.....	51
4.1.5 Pendapatan Per Bulan Responden.....	52
4.1.6 Responden Mengetahui Produk Susu Mead Johnson Melalui.....	53
4.1.7 Anak Responden Sedang Mengonsumsi Produk Susu.....	54
4.2 Analisis <i>Shelf Share</i> (Area Pajang) Produk Susu Mead Johnson.....	54
4.3 Analisis Keputusan Pembelian Produk Susu Mead Johnson.....	63
4.4 Uji Validitas Dan Reliabilitas.....	81
4.4.1 Uji Validitas.....	81
4.4.2 Uji Reliabilitas.....	83
4.5 Uji Asumsi Klasik.....	84
4.5.1 Uji Normalitas.....	84
4.5.2 Uji Heterokedastisitas.....	85
4.6 Analisis Pengaruh <i>Shelf Share</i> (Area Pajang) Terhadap Keputusan Pembelian.....	86

4.6.1	Persamaan Regresi Linier Sederhana.....	86
4.6.2	Analisis Model Summary.....	87
4.6.3	Uji t.....	88
BAB V. SIMPULAN DAN SARAN.....		90
5.1	SIMPULAN.....	90
5.2	SARAN.....	91
DAFTAR PUSTAKA.....		93
LAMPIRAN		
	Lampiran 1: Kuesioner.....	95
	Lampiran 2: Data.....	101
	Lampiran 3: Hasil uji validitas.....	108

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1	Skor jawaban dari pernyataan tentang <i>shelf share</i> terhadap keputusan pembelian konsumen.....
	37
Tabel 3.2	Operasional Variabel <i>Shelf Share</i> Produk Susu Mead Johnson.....
	38
Tabel 3.2	Operasional Variabel Keputusan Pembelian Konsumen (lanjutan).....
	39
Tabel 4.1	Jenis Kelamin Responden.....
	49
Tabel 4.2	Usia Responden.....
	50
Tabel 4.3	Pendidikan Terakhir Responden.....
	50
Tabel 4.4	Pekerjaan Responden.....
	51
Tabel 4.5	Pendapatan Per Bulan Responden.....
	52
Tabel 4.6	Responden Mengetahui Produk Susu Mead Johnson Melalui.....
	53
Tabel 4.7	Anak Responden Sedang Mengkonsumsi Susu.....
	54

Tabel 4.8	Pernyataan responden mengenai produk susu Mead Johnson di rak pajang terlihat oleh saya.....	55
Tabel 4.9	Pernyataan responden mengenai posisi produk susu Mead Johnson adalah posisi terbaik di rak pajang.....	56
Tabel 4.10	Pernyataan responden mengenai persentase dari area rak untuk produk susu Mead Johnson sama dengan 25 persen.....	57
Tabel 4.11	Pernyataan responden mengenai pajangan produk susu Mead Johnson pasti terlihat oleh saya.....	58
Tabel 4.12	Pernyataan responden mengenai pajangan produk susu Mead Johnson merangsang minat beli saya.....	59
Tabel 4.13	Pernyataan responden mengenai pajangan/susunan produk Mead Johnson tidak cepat rusak.....	60

Tabel 4.14	Pernyataan responden mengenai penampilan produk susu Mead Johnson bersih.....	61
Tabel 4.15	Rekapitulasi Pernyataan Responden Variabel <i>Shelf Share</i> (Area Pajang).....	62
Tabel 4.16	Saya ingin mengganti konsumsi susu dengan merek baru.....	64
Tabel 4.17	Saya merasa aman mengonsumsi susu Mead Johnson.....	65
Tabel 4.18	Saya merasa cocok dengan kandungan dalam susu Mead Johnson.....	66
Tabel 4.19	Produk susu Mead Johnson memenuhi kebutuhan konsumsi untuk anak saya.....	67
Tabel 4.20	Saya mencari informasi susu Mead Johnson melalui media cetak dan media elektronik.....	68
Tabel 4.21	Saya mencari informasi susu Mead Johnson melalui teman dan lingkungan.....	69

Tabel 4.22	Dari banyak merek susu yang sudah ada, susu Mead Johnson yang saya pilih.....	70
Tabel 4.23	Saya memilih susu Mead Johnson karena sesuai dengan kebutuhan saya dan anak saya.....	71
Tabel 4.24	Saya mengumpulkan data dan informasi mengenai susu Mead Johnson dalam keputusan pembelian.....	72
Tabel 4.25	Saya membeli susu Mead Johnson karena keputusan keluarga.....	73
Tabel 4.26	Saya membeli susu Mead Johnson karena keputusan teman...	74
Tabel 4.27	Saya mengambil keputusan pembelian secara cepat.....	75
Table 4.28	Saya mengambil keputusan pembelian berpikir lama.....	76
Tabel 4.29	Setelah mengkonsumsi susu Mead Johnson, saya tertarik untuk membelinya kembali.....	77
Tabel 4.30	Setelah puas mengkonsumsi susu Mead Johnson, saya menceritakannya kepada orang lain.....	78

Tabel 4.31	Rekapitulasi Pernyataan Responden Variabel	
	Keputusan Pembelian.....	79
Tabel 4.32	Uji Validitas terhadap Variabel X <i>Shelf Share</i> (Area Pajang)...	81
Tabel 4.33	Uji Validitas terhadap Variabel Y Keputusan	
	Pembelian (lanjutan).....	82
Tabel 4.34	Hasil Uji Reliabilitas <i>Shelf Share</i>	83
Tabel 4.35	Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian.....	83
Tabel 4.36	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....	84
Tabel 4.37	Coefficients^a	86
Tabel 4.38.....	Hasil Analisis Model Summary.....	87

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 <i>Holistic Marketing Dimensions</i>	10
Gambar 4.1 Grafik <i>scatterplot</i>	85
Gambar 4.2 Grafik uji hipotesis daerah penerimaan dan penolakan H_0 dengan $\alpha/2$ dan dua sisi.....	89

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner.....	95
Lampiran 2 Data.....	101
Lampiran 3 Hasil uji validitas.....	108