



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DAN
POSITIONING PRODUK TERHADAP CITRA
(Studi Pada Pemasaran di Wilayah Anyer Banten Terhadap
Produk Bir PT. Delta Djakarta Tbk.)**

T E S I S

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Program
Pasca Sarjana Program Magister Manajemen**

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Oleh

HEINTJE ALBERTUS LAPIAN

5510412 - 087

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCA SARJANA
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
2006**

PENGESAHAN TESIS

Judul : Analisis Perilaku Konsumen dan Positioning Produk Terhadap Citra (Studi Pada Pemasaran di Wilayah Anyer Banten Terhadap Produk Bir PT. Delta Djakarta Tbk.)

Nama : Heintje Albertus Lapian

N I M : 5510412 - 087

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Tanggal : Nopember 2006

Mengesahkan
Ketua Program Studi Magister Manajemen



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

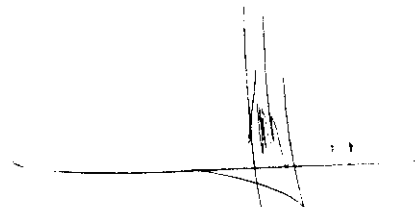
Dr. Ir. Mustika S. Purwanegara, MSc.

Pembimbing Utama



Dr. Arief A. Adnan, MBA.

Pembimbing II



Endi Rekarti, SE., ME.

PERNYATAAN

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

Judul : Analisis Perilaku Konsumen dan Positioning Produk Terhadap Citra (Studi Pada Pemasaran di Wilayah Anyer Banten Terhadap Produk Bir PT. Delta Djakarta Tbk.)

Nama : Heintje Albertus Lapien

NIM : 5510412 - 087

Program : Pasca Sarjana Program Magister Manajemen

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Direktur Program 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 diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 10 Oktober 2006



Heintje Albertus Lapien

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Kuasa akhirnya penulis dapat membuat dan menyelesaikan tesis ini. Tesis ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Magister Manajemen di Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta.

Dalam penyusunan tesis ini penulis menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari sempurna, sekalipun penulis telah berusaha dengan segenap kemampuan yang ada untuk mendapatkan hasil yang terbaik.

Pada kesempatan ini penulis tidak lupa mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah memberikan dorongan, bimbingan dan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini, yaitu kepada :

1. Bapak Ir. Dana Santoso, M.Eng.Sc.,Ph.D., selaku Direktur Program Pasca Sarjana Magister Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta, dan Ibu Dr. Ir. Mustika S. Purwanegara, MSc., selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta.
2. Bapak Dr. Arief A. Adnan, MBA., selaku Dosen Pembimbing Utama dan Bapak Endi Rekarti, SE., ME., selaku Dosen Pembimbing Kedua yang telah memberikan keluangan waktu, bimbingan, dan perhatiannya dalam penyelesaian tesis ini.
3. Ibu Lia Moeliati, serta rekan-rekan dari Divisi Pemasaran Wilayah Anyer Banten, PT. Delta Djakarta Tbk.
4. Kepada Bapak / Ibu Dosen beserta staf Fakultas Ekonomi Program Pasca Sarjana Magister Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta.

5. Ayahanda A.C.H. Lopian dan Ibunda Endang Suryani.
6. Isteriku tercinta Sherly Dengah, dan anak-anakku tersayang Jessica Abigail Lopian, Elvira Matha Lopian, Lidya Christiani Lopian, dan Joshua Karel Lopian, yang selalu memberikan motivasi dan doa kepada penulis.
7. Kepada rekan-rekan PKSM Program Magister Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta, Angkatan V Kelas Meruya Hari Minggu, yang telah memberikan motivasi kepada penulis.
8. Kepada pihak-pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terima kasih atas bantuannya.

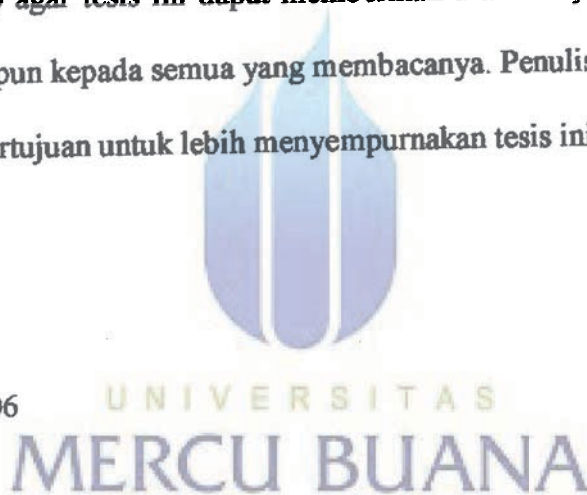
Penulis berharap agar tesis ini dapat memberikan manfaat yang nyata baik bagi diri penulis sendiri maupun kepada semua yang membacanya. Penulis terbuka bagi saran-saran dan kritik yang bertujuan untuk lebih menyempurnakan tesis ini.

Terima kasih.

Jakarta, Oktober 2006



HEINTJE ALBERTUS LAPIAN



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR GRAFIK	xiv
DAFTAR SINGKATAN	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Pembatasan Masalah	5
1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	7
2.1. Konsep Pemasaran dan Strategi Pemasaran	7
2.1.1. Pengertian Pemasaran	7

2.1.2. Fungsi Pemasaran	9
2.1.3. Saluran Pemasaran	9
2.2. Pengertian Sikap dan Perilaku Konsumen	12
2.2.1. Pengertian dan Pentingnya Studi Perilaku Konsumen	14
2.2.2. Definisi Perilaku Konsumen	16
2.2.3. Model Perilaku Konsumen dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya	17
2.2.4. Model Perilaku Konsumen	24
2.2.5. Proses Pengambilan Keputusan	25
2.3. Menentukan Penempatan Posisi Pasar	27
2.3.1. Keterbatasan Penentuan Posisi Fisik	29
2.3.2. Penentuan Posisi Persepsi	30
2.3.3. Potensi Penjualan Posisi Pasar	31
2.4. Citra	32
2.4.1. Pengertian Citra	32
2.4.2. Jenis-jenis Citra	34
2.4.3. Proses Pembentukan Citra	35
2.4.4. Pentingnya Penelitian Citra	36
2.5. Pengetahuan Tentang Produk Bir	37
2.5.1. Komposisi Produk Bir	37
2.5.2. Sejarah Produk Bir	38
2.5.3. Definisi Produk Bir	40
2.6. Kerangka Pemikiran	42

	2.7. Hipotesis	45
BAB III	OBJEK DAN METODE PENELITIAN	46
	3.1. Jenis Penelitian	46
	3.2. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel	47
	3.2.1. Populasi	47
	3.2.2. Sampel	48
	3.3. Variabel Penelitian	48
	3.4. Definisi Operasional dan Kisi-Kisi Instrumen	
	Penelitian	49
	3.5. Metode Analisa Data	51
	3.5.1. Teknik Pengumpulan Data	51
	3.5.2. Jenis Data	52
	3.6. Teknik Pengolahan Data	53
	3.6.1. Uji Coba Instrumen	55
	3.6.2. Teknik Analisis Data	56
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	64
	4.1. Gambaran Umum Perusahaan	64
	4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	64
	4.1.2. Visi dan Misi Perusahaan	65
	4.1.3. <i>Core Competence dan Corporate Values</i>	66
	4.2. Deskripsi Data	67
	4.2.1. Identifikasi Responden	67
	4.2.2. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	69

4.2.3. Uji Linieritas	72
4.2.4. Uji Normalitas	74
4.2.5. Uji Multikolinearitas	75
4.2.6. Uji Heteroskedastisitas	76
4.2.7. Uji Autokorelasi	77
4.3. Analisa Data Awal	78
4.3.1. Variabel Perilaku Konsumen	79
4.3.2. Variabel <i>Positioning</i>	85
4.3.3. Variabel Citra	90
4.4. Uji Hipotesis	94
4.4.1. Uji Hipotesis Pertama	95
4.4.2. Uji Hipotesis Kedua	97
4.4.3. Uji Hipotesis Ketiga	99
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	102
5.1. Kesimpulan	102
5.2. Saran	104

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1. Kisi-Kisi Variabel Perilaku Konsumen (X_1).....	50
Tabel 3.2. Kisi-Kisi Variabel <i>Positioning</i> (X_2)	51
Tabel 3.3. Kisi-Kisi Variabel Citra (Y)	51
Tabel 3.4. Interval Penilaian Responden	57
Tabel 4.1. Identifikasi Responden.....	68
Tabel 4.2. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel Perilaku Konsumen ..	70
Tabel 4.3. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel <i>Positioning</i>	71
Tabel 4.4. Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Citra.....	72
Tabel 4.5. Hasil Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	75
Tabel 4.6. Hasil Uji Multikolinearitas.....	76
Tabel 4.7. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	77
Tabel 4.8. Hasil Uji Autokorelasi.....	78
Tabel 4.9. Pernyataan 80 Responden Terhadap Pertanyaan Perilaku Konsumen.....	79
Tabel 4.10. Pernyataan Terbanyak dari 15 Item Pertanyaan Perilaku Konsumen.....	80
Tabel 4.11. Pernyataan Responden Pada 15 Item Pertanyaan Variabel Perilaku Konsumen.....	81
Tabel 4.12. Nilai Korelasi Bivariat Antara Dimensi Pribadi, Sosial, Budaya, Psikologi, Dengan Variabel Perilaku Konsumen	83

Tabel 4.13.	Pernyataan 80 Responden Terhadap Pertanyaan <i>Positioning</i>	85
Tabel 4.14.	Pernyataan Terbanyak dari 15 Item Pertanyaan <i>Positioning</i>	86
Tabel 4.15.	Pernyataan Responden Pada 15 Item Pertanyaan Variabel <i>Positioning</i>	87
Tabel 4.16.	Nilai Korelasi Bivariat Antara Dimensi Pertumbuhan Segmen, Evolusi Titik Ideal, Perubahan-perubahan, Dengan Variabel <i>Positioning</i>	88
Tabel 4.17.	Pernyataan 80 Responden Terhadap Pertanyaan Citra.....	90
Tabel 4.18.	Pernyataan Terbanyak dari 15 Item Pertanyaan Citra	91
Tabel 4.19.	Pernyataan Responden Pada 15 Item Pertanyaan Variabel Citra Produk Bir PT. Delta Djakarta Tbk.	92
Tabel 4.20.	Nilai Korelasi Bivariat Antara Dimensi <i>Symbol, Written and Audio Visual Media, Astrinosphere</i> , Dengan Variabel Citra	93
Tabel 4.21.	Nilai Korelasi Variabel Perilaku Konsumen Terhadap Variabel Citra.....	95
Tabel 4.22.	Hasil Uji Regresi Linier Variabel Citra dengan Variabel Perilaku Konsumen.....	95
Tabel 4.23.	Nilai Korelasi Variabel <i>Positioning</i> Terhadap Variabel Citra	97
Tabel 4.24.	Hasil Uji Regresi Linier Variabel Citra dengan Variabel <i>Positioning</i>	97
Tabel 4.25.	Nilai Korelasi Variabel Perilaku Konsumen dan Variabel <i>Positioning</i> Secara Bersama-sama Terhadap Variabel Citra	99

Tabel 4.26.	Hasil Uji Regresi Linier Berganda Variabel Perilaku Konsumen dan Variabel <i>Positioning</i> Secara Bersama-sama Terhadap Variabel Citra	99
Tabel 4.27.	Hasil Uji Hipotesis Variabel Perilaku Konsumen dan Variabel <i>Positioning</i> Secara Bersama-sama Terhadap Variabel Citra Dengan Model ANOVA.....	101



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. Empat Tingkat Saluran Distribusi Menurut Kotler (2002:199)....	12
Gambar 2.2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	17
Gambar 2.3. Hierarki Kebutuhan Menurut Maslow	21
Gambar 2.4. Kerangka Pemikiran.....	45
Gambar 3.1. Desain Penelitian X_1 , X_2 , dan Y	49
Gambar 4.1. Struktur Organisasi PT. Delta Djakarta Tbk.	65
Gambar 4.2. <i>Normal Probability Plot (NPP)</i> Perilaku Konsumen Dengan Citra Produk Bir PT. Delta Djakarta Tbk.....	73
Gambar 4.3. <i>Normal Probability Plot (NPP) Positioning</i> Dengan Citra Produk Bir PT. Delta Djakarta Tbk	74
Gambar 4.4. Hasil Uji Autokorelasi.....	78
Gambar 4.5. Pengaruh Antara Variabel Perilaku Konsumen Terhadap Variabel Citra	96
Gambar 4.6. Pengaruh Antara Variabel <i>Positioning</i> Terhadap Variabel Citra.....	98

DAFTAR GRAFIK

	Halaman
Grafik 4.1. Pernyataan 80 Responden Terhadap Pertanyaan Perilaku Konsumen.....	79
Grafik 4.2. Pernyataan Terbanyak dari 15 Item Pertanyaan Perilaku Konsumen.....	80
Grafik 4.3. Korelasi Bivariat Antara Dimensi Pribadi, Sosial, Budaya, Psikologi, Dengan Variabel Perilaku Konsumen	84
Grafik 4.4. Pernyataan 80 Responden Terhadap Pertanyaan <i>Positioning</i>	85
Grafik 4.5. Pernyataan Terbanyak dari 15 Item Pertanyaan <i>Positioning</i>	86
Grafik 4.6. Korelasi Bivariat Antara Dimensi Pertumbuhan Segmen, Evolusi Titik Ideal, Perubahan-perubahan, Dengan Variabel <i>Positioning</i>	89
Grafik 4.7. Pernyataan 80 Responden Terhadap Pertanyaan Citra	90
Grafik 4.8. Pernyataan Terbanyak dari 15 Item Pertanyaan Citra	91
Grafik 4.9. Korelasi Bivariat Antara Dimensi <i>Symbol, Written and Audio</i> <i>Visual Media, Astrinosphere</i> , Dengan Variabel Citra	94

DAFTAR SINGKATAN

ANOVA	: <i>Analysis Of Variance</i>
BLUE	: <i>Best Linier Unbiased Estimator</i>
dkk	: dan kawan-kawan
DV	: <i>Dependent Variable</i>
DW	: <i>Durbin Watson</i>
EBM	: <i>Engel Blackwell Miniard</i>
IV	: <i>Independent Variable</i>
Keppres	: Keputusan Presiden
MPP	: Menteri Perindustrian dan Perdagangan
Miras	: Minuman Keras
NPP	: <i>Normal Probability Plot</i>
OLS	: <i>Ordinary Least Square</i>
Pemda	: Pemerintahan Daerah
Perda	: Peraturan Daerah
PT	: Perseroan Terbatas
R & D	: Research and Development
SLTA	: Sekolah Lanjutan Tingkat Atas
SPSS	: <i>Statistical Product Service Solution</i>
Std.	: <i>Standardized</i>
Tbk.	: Terbuka
VIF	: <i>Variance Inflation Factor</i>

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Surat Pengantar Kuesioner	xvii
Identifikasi Responden	xviii
Pertanyaan Perilaku Konsumen	xix
Pertanyaan <i>Positioning</i>	xxii
Pertanyaan Citra	xxv
Data Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel X_1	xxviii
Data Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel X_2	xxix
Data Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel Y	xxx
Data Pengolahan Korelasi Bivariat Variabel Perilaku Konsumen	xxxi
Data Pengolahan Korelasi Bivariat Variabel <i>Positioning</i>	xxxiii
Data Pengolahan Korelasi Bivariat Variabel Citra	xxxv
Data Kumulatif Variabel X_1 , X_2 , dan Y	xxxii
Hasil-hasil Pengolahan Data Dengan Program <i>Microsoft SPSS</i> Versi 12.0	xxxix
Surat Keterangan	LXI