



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI, DAN
LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
NITCHI PADA PT JAYA SWARASA AGUNG
DI JAKARTA PUSAT**

TESIS

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

SHILVANA HUSANI

55114110174

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

2016



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI, DAN
LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
NITCHI PADA PT JAYA SWARASA AGUNG
DI JAKARTA PUSAT**

TESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Pascasarjana
Program Studi Magister Manajemen

MERCU BUANA

SHILVANA HUSANI

55114110174

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

2016

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nitchi Pada PT Jaya Swarasa Agung Di Jakarta Pusat

Bentuk Tesis : Penelitian

Nama : Shilvana Husani

NIM : 55114110174

Program : Magister Manajemen

Tanggal :

Mengesahkan
Pembimbing

UNIVERSITAS

MERCUBUANA

Dr. Baruna Hadi Brata, SE, MM

Direktur Program Pascasarjana

Ketua Program Studi Magister Manajemen



(Prof. Dr. Didik J. Rachbini)



(Dr. Aty Herawati, M.Si)

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Judul : Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi,
Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian
Produk Nitchi Pada PT Jaya Swarasa Agung
Di Jakarta Pusat

Bentuk Tesis : Penelitian

Nama : Shilvana Husani

NIM : 55114110174

Program : Magister Manajemen

Nama Dosen Pembimbing : Dr. Baruna Hadi Brata, SE, MM

Tanggal : 16 Januari 2017

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Program Studi Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelas kesarjanaaan 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, 16 Januari 2017



Shilvana Husani

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Kuasa serta segala rahmat dan anugrah-Nya pada penulis, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tesis yang berjudul : ***Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nitchi Pada PT Jaya Swarasa Agung Di Jakarta Pusat***

Tesis ini ditulis dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Magister 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 menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang secara langsung dan tidak langsung memberikan kontribusi dalam penyelesaian karya ilmiah ini. Secara khusus pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Dr. Baruna Hadi Brata, SE, MM. Sebagai dosen Pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan penulis selama penyusunan Tesis ini dari awal hingga Tesis ini dapat diselesaikan.
2. Prof. Dr. Ir. H. Hapzi Ali, MM selaku penelaah proposal tesis.
3. Dr. Aty Herawati, M.Si selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.
4. Prof. Dr. Didik J. Rachbini selaku Direktur Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta, beserta segenap jajarannya yang telah berupaya meningkatkan situasi kondusif di Fakultas.

5. Seluruh dosen dan staf administrasi Prodi Magister Manajemen, termasuk rekan-rekan mahasiswa yang telah menaruh simpati dan bantuan sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis ini.
6. Bpk. Alex dan Bpk. Andrew selaku pemilik PT. Jaya Swarasa Agung, Ibu Agnes selaku Manager Keuangan beserta segenap jajarannya yang telah membantu dan memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian di PT. Jaya Swarasa Agung,

Akhirnya penulis mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua, saudara, sahabat dan teman-teman MM yang mendorong penulis untuk menyelesaikan karya ilmiah ini. Kiranya hasil penulisan ini dapat memberi sumbangsih dalam masalah pengembangan keputusan pembelian.

Jakarta, Desember 2016



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Shilvana Husani

DAFTAR ISI

ABSTRACT	ii
ABSTRAK	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi dan Perumusan.....	16
1.2.1.1. Identifikasi Masalah.....	16
1.2.1.2. Rumusan Masalah.....	16
1.3 Tujuan Penelitian	16
1.3.1. Tujuan Penelitian.....	17
1.4. Manfaat dan Kegunaan Penelitian.....	17
1.4.1. Manfaat Penelitian.....	17
1.4.2. Kegunaan Penelitian.....	17
1.5. Sistematika Penelitian	17
BAB II DESKRIPSI PERUSAHAAN	
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan	19
2.2 Lingkup Bidang Usaha.....	20
2.3 Sumber Daya.....	20
2.4 Tantangan Bisnis Perusahaan.....	22
2.5 Proses Bisnis Perusahaan	22
BAB III KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
3.1. Kajian Pustaka.....	33
3.1.1. Manajemen Pemasaran.....	33

3.1.1.1. Pengertian Pemasaran.....	34
3.1.1.2. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	36
3.1.2. Produk.....	37
3.1.2.1 Tingkatan Produk.....	39
3.1.2.2 Klasifikasi Produk.....	41
3.1.2.2.1 Daya Tahan dan Keberwujudannya.....	41
3.1.2.2.2 Kegunaan.....	42
3.1.2.3 Hirarki Produk.....	44
3.1.2.4 Komponen Produk.....	45
3.1.2.5 Bauran Produk.....	45
3.1.2.6 Pengertian Kualitas.....	46
3.1.2.7 Pengertian Kualitas Produk.....	47
3.1.2.7.1 Dimensi Kualitas Produk.....	48
3.1.3 Harga.....	53
3.1.3.1 Penetapan Harga.....	57
3.1.3.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penetapan Harga.....	58
3.1.3.3 Dimensi Harga.....	59
3.1.4 Promosi.....	60
3.1.4.1 Tujuan Promosi.....	61
3.1.4.2 Bauran Promosi.....	63
3.1.4.3 Tahap-tahap Pelaksanaan Promosi.....	66
3.1.5 Lokasi.....	68
3.1.5.1 Pentingnya Lokasi.....	70
3.1.6 Keputusan Pembelian.....	73
3.1.6.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	73
3.1.6.2 Faktor-Faktor di Dalam Keputusan Pembelian.....	74
3.1.6.3 Tahap-tahap Proses Keputusan Pembelian.....	76
3.1.6.4 Peran Dalam Pembelian.....	80
3.2 Penelitian Terdahulu.....	82
3.3 Rerangka Pemikiran.....	85
3.3.1 Keterkaitan produk dengan keputusan pembelian.....	86

3.3.2 Keterkaitan harga dengan keputusan pembelian	86
3.3.3 Keterkaitan promosi dengan keputusan pembelian	87
3.3.4 Keterkaitan lokasi dengan keputusan pembelian.....	87
3.4. Hipotesis.....	89

BAB IV METODE PENELITIAN

4.1. Desain Penelitian.....	90
4.2. Variabel Penelitian	91
4.2.1. Definisi Konsep	91
4.2.2. Definisi Operasional	92
4.3. Populasi dan Sampel Penelitian	94
4.3.1. Populasi	94
4.3.2. Sampel	95
4.4. Jenis dan Sumber Data	96
4.5. Teknik Pengumpulan Data	96
4.6. Metode Analisis Data	98
4.6.1. Analisis Regresi	98
4.6.2. Koefisien Determinasi (R^2)	100
4.6.3. Uji Coba Instrumen	100
4.6.3.1. Validitas Instrumen	100
4.6.3.2. Reliabilitas Instrumen	100
4.6.4. Teknik Analisis Data	101
4.6.4.1. Uji Asumsi Klasik	101
4.6.5. Uji Hipotesis	103
4.6.6 Analisis Dimensi	105
4.7 Jadwal Pelaksanaan Penyusunan Tesis	108

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1. Karakteristik Responden	109
5.2. Statistik Deskriptif	110
5.2.1 Statistik Deskripsi Kualitas Produk	112
5.2.2 Statistik Deskripsi Harga	113
5.2.3 Statistik Deskripsi Promosi	114

5.2.4	Statistik Deskripsi Lokasi	115
5.2.5	Statistik Deskripsi Keputusan Pembelian	116
5.3.	Hasil Uji Instrumen	117
5.3.1	Uji Validitas	117
5.3.2	Uji Reliabilitas	120
5.4	Uji Asumsi Klasik	121
5.4.1	Hasil Uji Normalitas	121
5.4.2	Uji Multikolinearitas	123
5.4.3	Uji Heterokedastisitas	124
5.5	Uji Regresi	125
5.5.1	Uji Simultan (Uji F)	125
5.5.2	Uji Parsial (Uji t)	126
5.5.3	Analisis Regresi Berganda	128
5.5.4	Koefisien Determinasi	129
5.6	Analisa Korelasi Antar Dimensi	129
5.7	Pembahasan	132
5.7.1	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	132
5.7.2	Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian	133
5.7.3	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	135
5.7.4	Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian	137
5.7.5	Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian	139
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN		
6.1.	Kesimpulan	142
6.2.	Saran	143
DAFTAR PUSTAKA.....		145
LAMPIRAN.....		150
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....		177

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Pertumbuhan Produksi Industri Manufaktur Besar dan Sedang DKI Jakarta Triwulan 2011-2016 Triwulan III (persen)	2
Tabel 1.2. Pertumbuhan Produksi Industri Manufaktur Besar dan Sedang DKI Jakarta Triwulan 2011-2016 Menurut Jenis Industri (KBLI 2-Digit).....	4
Tabel 1.3. Pertumbuhan Produksi Industri Manufaktur Besar dan Sedang DKI Jakarta Triwulan 2011-2016 Menurut Jenis Industri (KBLI 2-Digit)	5
Tabel 1.4. Kuisisioner survei pendahuluan Kualitas Produk.....	8
Tabel 1.5. Kuisisioner survei pendahuluan Harga.....	9
Tabel 1.6. Kuisisioner survei pendahuluan Promosi	11
Tabel 1.7. Kuisisioner survei pendahuluan Lokasi.....	12
Tabel 1.8. Kuisisioner survei pendahuluan Keputusan Pembeli	13
Tabel 3.1 Penelitian terdahulu yang berkaitan dengan variabel produk, harga, promosi, lokasi dan Keputusan Pembelian.....	82
Tabel 4.1. Definisi Operasional	92
Tabel 4.2. Matriks Korelasi Dimensi Antar Variabel (Bebas dan Terikat)	106
Tabel 4.3 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi	107
Tabel 4.4. Jadwal Pelaksanaan Penyusunan Tesis	108
Tabel 5.1 Karakteristik Responden	109
Tabel 5.2 Descriptive Statistics Variabel Penelitian	111
Tabel 5.3 Descriptive Statistics.....	112
Tabel 5.4 Descriptive Statistics.....	113
Tabel 5.5 Descriptive Statistics.....	115
Tabel 5.6 Descriptive Statistics.....	116
Tabel 5.7 Hasil Uji Validitas Instrumen	118
Tabel 5.8 Hasil Uji Reliabilitas	120
Tabel 5.9 Hasil Uji Normalitas	121
Tabel 5.10 Hasil Uji Multikolinearitas.....	123

Tabel 5.11 Hasil Pengujian Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Produk Nitchi Pada PT Jaya Swarasa Agung Di Jakarta Pusat.....	113
Tabel 5.12 Matriks Korelasi Dimensi Antar Variabel Penelitian	117



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pertumbuhan Produksi Industri Manufaktur Besar dan Sedang DKI Jakarta Triwulan 2011-2016 Triwulan III (persen)	2
Gambar 1.2 Pertumbuhan Produksi Industri Manufaktur Besar dan Sedang DKI Jakarta Triwulan 2011-2016 Triwulan III (persen)	3
Gambar 1.3 Penjualan Produk Nitchi Periode Agustus 2015 – Desember 2016	6
Gambar 2.1 Struktur Organisasi Head Office	20
Gambar 2.2 Struktur Organisasi Pabrik	21
Gambar 2.3 Struktur Organisasi Cabang	21
Gambar 2.4 Flow Chart Proses Penjualan	23
Gambar 2.5 Flow Chart Proses Pengadaan	24
Gambar 2.6 Flow Chart Proses Produksi	25
Gambar 2.7 Proses Produksi	26
Gambar 2.8 Katalog Produk	27
Gambar 2.9 Katalog Produk	28
Gambar 2.10 Katalog Produk	29
Gambar 2.11 Katalog Produk	30
Gambar 2.12 Katalog Produk	31
Gambar 2.13 Katalog Produk	32
Gambar 3.1 Pengertian Produk	39
Gambar 3.2 Lima Tingkatan Produk	41
Gambar 3.3 Korelasi Antar Dimensi Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian Produk Nitchi	52
Gambar 3.4 Korelasi Antar Dimensi Harga dengan Keputusan Pembelian Produk Nitchi	60
Gambar 3.5 Korelasi Antar Dimensi Promosi dengan Keputusan Pembelian Kredit Produk Nitchi	65
Gambar 3.6 Korelasi Antar Dimensi Lokasi dengan Keputusan Pembelian Kredit Produk Nitchi	73
Gambar 3.7 Model Penelitian	88
Gambar 5.1 Grafik Normal P-P Plot	122
Gambar 5.2 Hasil Uji Heterokedastisitas	124

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I.	Kuesioner Penelitian.....	151
Lampiran II.	Tabulasi Data.....	159
Lampiran III.	Statistik Deskriptif.....	169
Lampiran IV.	Hasil Uji Validitas.....	170
Lampiran V.	Hasil Uji Reliabilitas.....	174
Lampiran VI.	Hasil Uji Normalitas.....	175
Lampiran VII.	Hasil Uji Regresi Berganda.....	176
Lampiran VIII.	Korelasi Antar Dimensi Variabel.....	177

