



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, PROMOSI DAN DISTRIBUSI
TERHADAP MINAT BELI *CUSTOMER* PT. TRANS RETAIL INDONESIA
(*CARREFOUR* LEBAK BULUS JAKARTA SELATAN)**

TESIS

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
KUSTINA
55111110124

PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN

PROGRAM PASCASARJANA

UNIVERSITAS MERCU BUANA

2017



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, PROMOSI DAN DISTRIBUSI
TERHADAP MINAT BELI *CUSTOMER* PT. TRANS RETAIL INDONESIA
(*CARREFOUR* LEBAK BULUS JAKARTA SELATAN)**

TESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Pascasarjana

Program Studi Magister Manajemen

K U S T I N A

55111110124

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN

PROGRAM PASCASARJANA

UNIVERSITAS MERCU BUANA

2017

PENGESAHAN

Judul : **Pengaruh Persepsi Harga, Promosi dan Distribusi Terhadap Minat Beli *Customer* PT. Trans Retail Indonesia (*Carrefour* Lebak Bulus Jakarta Selatan)**

Bentuk Tesis : Riset

Nama : Kustina

NIM : 55111110124

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Tanggal : Januari 2017

Pembimbing



Prof. Dr. Ngadino Surip Dipo Sumarto, MS

UNIVERSITAS

MERCU BUANA

Direktur Pascasarjana

**Ketua Program Studi
Magister Manajemen**



Prof. Dr. Didik J. Rachbini



Dr. Aty Herawati, M.Si

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

Judul : **Pengaruh Persepsi Harga, Promosi dan Distribusi Terhadap Minat Beli Customer PT. Trans Retail Indonesia (Carrefour Lebak Bulus Jakarta Selatan)**

Bentuk Tesis : Riset

Nama : Kustina

NIM : 55111110124

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Tanggal : Januari 2017

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan dan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercubuana.

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.

MERCU BUANA

Jakarta, Januari 2017



KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada TUHAN YESUS yang telah memberikan kasih karunia dan kekuatan untuk tidak mudah menyerah sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini. Penulisan tesis dengan judul “ Pengaruh Persepsi Harga, Promosi dan Distribusi terhadap Minat Beli *Customer* PT. Trans Retail Indonesia (*Carrefour* Lebak Bulus Jakarta Selatan)” ini dimaksudkan untuk memenuhi persyaratan untuk menyelesaikan Program Pascasarjana Program studi Magister Manajemen Universitas Mercubuana.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian tesis ini, khususnya kepada :

1. Almarhumah Ibu Winarti dan Bapak Mulyono, kedua orang tua penulis dan keluarga besar yang selalu memberikan semangat kepada penulis untuk segera menyelesaikan kuliah pascasarjana.
2. Suami tercinta Freddy Nugroho, mama mertua dan keluarga besar suami yang telah memberi dorongan dalam pembuatan tesis ini.
3. Bapak Prof. Dr. Ngadino Surip Diposumarto, MS selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan banyak waktunya untuk memberikan arahan, saran dan petunjuk yang sangat bermanfaat baik secara teori maupun teknis selama penulisan tesis ini.
4. Ibu Dr. Rina Astini, ME selaku dosen penguji yang telah berkenan menguji dan memberikan saran serta koreksi pada tesis ini.
5. Ibu Dr. Farida Eli, MM selaku ketua sidang tesis yang telah berkenan meluangkan waktunya untuk menjadi mediator dan memberikan saran serta koreksi pada tesis ini.
6. Ibu Dr. Augustina Kurniasih, ME selaku dosen MM Universitas Mercu Buana yang pada saat menjabat sebagai Kaprodi MM telah memberikan bantuan ijin perpanjangan waktu pembayaran uang kuliah pada saat penulis mengalami kesulitan keuangan saat kuliah.

7. Bapak Prof. Dr. Didik J. Rachbini selaku Direktur Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta.
8. Bapak/Ibu dosen dan Staff sekretariat Program Pascasarjana Program Studi Magister Manajemen yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis.
9. Bp. Rachmat selaku Store Manager *Carrefour* Lebak Bulus, team HRD dan team Merchandise Head Office *Carrefour* Lebak Bulus yang telah membantu selama kuisisioner di store *Carrefour* Lebak Bulus Jakarta Selatan.
10. Keluarga besar CG P152 untuk dukungan doa dan arahan serta tidak pernah lupa mengingatkan penulis untuk tetap semangat menyelesaikan tesis ini.
11. Para responden yang bersedia meluangkan waktu untuk menjawab kuesioner
12. Saudara - saudari penolong selama penulis berada di Jakarta : kak Asep Erick Rizal dan keluarga, dr. Andi Visi Kartika, Dana, Budi Rochmanuddin, Elsa, Nanang, Mbak Ani Purwati, Mbak Yuli, Ninik dan keluarga, Mas Armiadi, pak Frans, Ce Dwi dan keluarga , Ika Kezia serta semua pihak yang namanya tidak bisa penulis tuliskan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa baik dalam pengungkapan, penyajian dan pemilihan kata-kata maupun pembahasan materi tesis ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari semua pihak untuk perbaikan tesis ini. Terakhir penulis berharap semoga tesis ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

Jakarta, Januari 2017

Kustina

DAFTAR ISI

	Halaman
<i>Abstract</i>	iii
Abstrak	iv
Lembar Pengesahan	v
Pernyataan	vi
Kata Pengantar.....	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel.....	xi
Daftar Grafik	xii
Daftar Gambar	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	9
1.3 Rumusan Masalah	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	11
1.6 Manfaat dan Kegunaan Penelitian.....	12
BAB II DESKRIPSI PERUSAHAAN	
2.1 Deskripsi Perusahaan	13
2.2 Lingkup Bidang Usaha	15
2.3 Sumber Daya Manusia.....	17
2.4 Tantangan Bisnis	19
2.5 Proses Bisnis	22
BAB III KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN & HIPOTESA	
3.1 Definisi Persepsi Harga, Promosi, Distribusi dan Minat Beli	23
3.2 Pengaruh Persepsi Harga, Promosi dan Distribusi terhadap Minat Beli Customer.....	42
3.3 Penelitian Terdahulu.....	56
3.4 Kerangka Penelitian	59
3.5 Hipotesis	60
BAB IV METODE PENELITIAN	
4.1 Objek Penelitian	61
4.2 Jenis Penelitian.....	61

4.3	Populasi dan Sample.....	62
4.4	Teknik Pengumpulan Data.....	63
4.5	Skala Pengukuran.....	64
4.6	Variabel Operasional.....	65
4.7	Teknik Analisa Data.....	67
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN		
5.1	Hasil Penelitian.....	78
5.1.1	Karakteristik Responen.....	78
5.1.2	Analisis Deskriptif.....	81
5.1.3	Uji Instrumen Penelitian.....	87
5.1.4	Uji Asumsi Klasik.....	89
5.1.5	Analisa Regresi Linier Berganda.....	92
5.1.6	Analisa Koefisien Determinasi (R^2).....	94
5.1.7	Uji Simultan (Uji F).....	95
5.1.8	Uji Parsial (Uji t).....	97
5.1.9	Matriks Korelasi Antar Dimensi.....	98
5.2	Pembahasan.....	100
BAB VI KESIMPULAN DAN REKOMENDASI		
6.2	Kesimpulan.....	106
6.1	Saran - saran.....	107
DAFTAR PUSTAKA.....		111
LAMPIRAN.....		114
RIWAYAT HIDUP.....		137

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1	Jumlah Customer Berbelanja di PT. Trans Retail Indonesia 4
Tabel 1.2	Efektifitas Promosi Juli – Agustus 2014 5
Tabel 1.3	Rata – rata Ketersediaan Barang/Jasa di Kuartal 3 Tahun 2014..... 8
Tabel 3.1	Penelitian Terdahulu..... 56
Tabel 4.1	Variabel Operasional 66
Tabel 4.2	Matriks Korelasi Dimensi Antar Variabel 76
Tabel 4.3	Interpretasi Koefisien Korelasi 77
Tabel 5.1	Karakteristik Responden..... 79
Tabel 5.2	Deskripsi Jawaban Variabel Harga 81
Tabel 5.3	Deskripsi Jawaban Variabel Promosi..... 82
Tabel 5.4	Deskripsi Jawaban Variabel Distribusi 84
Tabel 5.5	Deskripsi Jawaban Variabel Minat Beli 85
Tabel 5.6	Uji Validitas 87
Tabel 5.7	Uji Reliabilitas 89
Tabel 5.8	Uji Multikolinieritas 90
Tabel 5.9	Hasil Uji Regresi Berganda Harga, Promosi dan Distribusi terhadap Minat Beli..... 92
Tabel 5.10	Uji Koefisien Determinasi (R^2)..... 95
Tabel 5.11	Hasil Uji F Harga, Promosi dan Distribusi terhadap Minat Beli 96
Tabel 5.12	Hasil Uji t Harga, Promosi dan Distribusi terhadap Minat Beli 97
Tabel 5.13	Matrik Korelasi Antar Dimensi..... 99

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GRAFIK

	Halaman
Grafik 5.1 Grafik Hasil Uji Normalitas.....	90
Grafik 5.2 Grafik Hasil Uji Heteroskedastisitas	91



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Kompalin Harga Barang/Jasa di Carrefour Lebak Bulus	3
Gambar 1.2 Komplain Promosi di Carrefour Lebak Bulus	6
Gambar 1.3 Alur Distribusi Supplier ke PT. Trans Retail Indonesia.....	7
Gambar 1.4 Komplain Harga Barang/Jasa di Carrefour Lebak Bulus	8
Gambar 2.1 Struktur Organisasi PT. Trans Retail Indonesia.....	18
Gambar 2.2 Alur Proses Pemasaran melalui District Center (DC)	22
Gambar 2.3 Alur Proses Pemasaran tanpa District Center (DC)	22
Gambar 3.1 Dimensi Persepsi Harga.....	29
Gambar 3.2 Dimensi Promosi.....	35
Gambar 3.3 Dimensi Distribusi.....	38
Gambar 3.4 Model Hierarki Tanggapan.....	41
Gambar 3.5 Dimensi Minat Beli	42
Gambar 3.6 Kerangka Pemikiran	59

