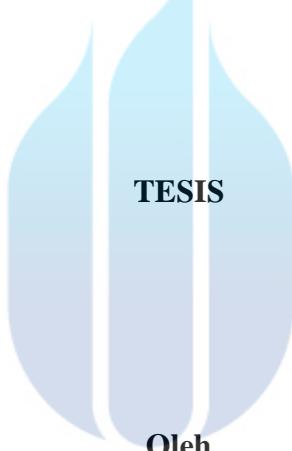




**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN EXTRA JOSS**

*(STUDI KASUS MAHASISWA MAGISTER MANAJEMEN UNIVERSITAS
MERCU BUANA JAKARTA)*



Oleh

NUCKI PRASASTIA

55112110294

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2015**

Perpustakaan Universitas Mercu Buana
Kampus B Menteng Gedung Tedja Buana
Jl. Menteng Raya No.29 Jakarta Pusat
Telp : 021-92983731



**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN EXTRA JOSS**

**(STUDI KASUS MAHASISWA MAGISTER MANAJEMEN UNIVERSITAS
MERCU BUANA JAKARTA)**

TESIS

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

UNIVERSITAS
Oleh
MERCU BUANA
NUCKI PRASASTIA
55112110294

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2015**

Perpustakaan Universitas Mercu Buana
Kampus B Menteng Gedung Tedja Buana
Jl. Menteng Raya No.29 Jakarta Pusat
Telp : 021-92983731

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Extra Joss (Studi Kasus Mahasiswa Magister Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta)

Bentuk Tesis : Riset Bisnis

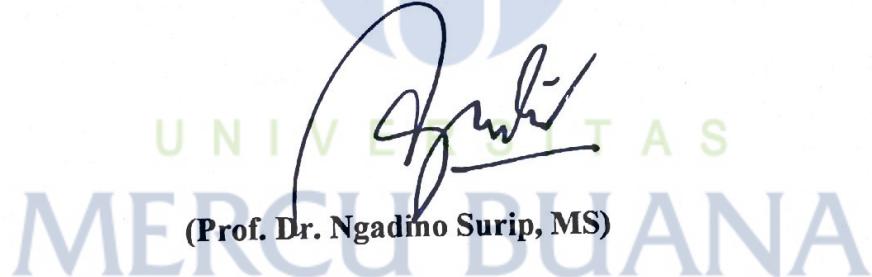
Nama : Nucki Prasastia

NIM : 55112110294

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Tanggal : Februari 2015

Pembimbing Utama



Mengetahui
Direktur Program Pascasarjana

Mengesahkan
Ketua Program Studi Magister Manajemen

(Prof. Dr. Didik J. Rachbini)

(Dr. Augustina Kurniasih, ME)

LEMBAR PERNYATAAN

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

- Judul : Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Extra Joss (Studi Kasus Mahasiswa Magister Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta)
- Bentuk Tesis : Riset Bisnis
- Nama : Nucki Prasastia
- NIM : 55112110294
- Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

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

Tesis 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, Maret 2015



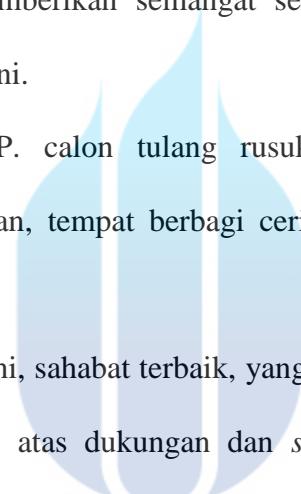
Nucki Prasastia

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala berkat, rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Extra Joss (Studi Kasus Mahasiswa Magister Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta)”. Tesis ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program Pascasarjana Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.

Dalam penyusunan tesis ini penulis dibantu oleh beberapa pihak dan pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Ngadino Surip, MS selaku Wakil Direktur Program Pascasarjana dan selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, koreksi, ilmu dan pengalamannya kepada penulis.
2. Dr. Augustina Kurniasih, ME selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen.
3. Segenap Dosen Fakultas Pascasarjana Program Studi Magister Manajemen yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis.
4. Seluruh staff Akademik Program Pascasarjana dan rekan-rekan angkatan 21 Kelas Minggu Universitas Mercu Buana.
5. Segenap karyawan dan *top management* PT Bintang Toedjoe atas dukungan data, ide, dan berbagi pengalaman dengan penulis.

- 
6. Papa, Drs. Aldi Mawardi, M.Pd. dan Mama, Yulia Betri, S.Pd. atas doa-doa yang dipanjatkan setiap malam tanpa henti, atas segala kasih dan sayang yang diberikan sehingga bisa mengantarkan penulis meraih gelar magister manajemen. Semoga pemberian sederhana ini dapat memberikan kebanggaan bagi Papa dan Mama.
 7. Adik-adikku, Adhiatma Putra dan Khairunnisatul Hikmah yang selalu mendukung dan memberikan semangat serta doa kepada penulis selama menyelesaikan tesis ini.
 8. Kemala Winta, STP. calon tulang rusukku yang tidak henti-hentinya memberikan dukungan, tempat berbagi cerita dan berkeluh kesah bersama penulis.
 9. Shinta Dwi Handayani, sahabat terbaik, yang rela terusik waktunya siang dan malam oleh penulis, atas dukungan dan *sharing* ilmu, serta yang paling penting, terima kasih atas pinjaman *printer*-nya.
 10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah memberikan kontribusi yang sangat berarti sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis ini.

Jakarta, Maret 2015

Penulis,

Nucki Prasastia

DAFTAR ISI

ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINILITAS	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Perumusan dan Batasan Masalah	17
1.2.1 Identifikasi Masalah	17
1.2.2 Rumusan Masalah	17
1.3 Tujuan Penelitian	17
1.4 Manfaat Penelitian	18
1.4.1 Manfaat untuk Perusahaan	18
1.4.2 Manfaat untuk Penelitian Selanjutnya	18

BAB II DESKRIPSI PERUSAHAAN	19
2.1 Sejarah Perusahaan	19
2.2 Lingkup Bidang Usaha	21
2.3 Visi dan Misi Perusahaan	21
2.4 Produk PT Bintang Toedjoe	22
2.4.1 Bintang Toedjoe Puyer 16	23
2.4.2 Extra Joss	25
2.4.3 Komix	27
2.4.4 E-Juss/E-Juss Ginseng	29
2.4.5 Bintang Toedjoe Masuk Angin	31
2.4.6 Merek Lainnya	33
2.5 Logo PT Bintang Toedjoe	35
2.6 Sumber Daya Manuasia	35
2.7 Struktur Organisasi	38
2.8 Tantangan Bisnis	38
2.9 Lokasi Pabrik dan Cabang	39
2.10 Proses Bisnis	41

BAB III KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA

PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	43
3.1 Landasi Teori	43
3.1.1 Kualitas Produk	43
3.1.2 Merek	48
3.1.3 Keputusan Pembelian	59

3.1.4 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	67
3.1.5 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	86
3.2 Penelitian Terdahulu	97
3.3 Kerangka Pemikiran	100
3.4 Hipotesis Penelitian	101
BAB IV METODOLOGI PENELITIAN	103
4.1 Desain Penelitian	103
4.2 Ruang Lingkup	103
4.3 Lokasi Penelitian	103
4.4 Pendekatan Penelitian Lokasi Penelitian	104
4.5 Variabel Penelitian	104
4.5.1 Definisi Konsep	104
4.5.2 Definisi Operasional	105
4.6 Data dan Metode Pengumpulan Data	108
4.7 Jenis dan Sumber Data	109
4.8 Populasi dan Sampel Penelitian	109
4.8.1 Populasi	109
4.8.2 Sampel Penelitian	110
4.9 Metode Analisis Data	111
4.9.1 Statistik Deskriptif Variabel	111
4.9.2 Analisis Regresi Linier Berganda	111
4.9.3 Pengujian Instrumen	112
4.9.4 Uji Asumsi Klasik	114

4.9.5 Analisis Koefisien Determinasi/Koefisien Penentu (R^2)	117
4.9.6 Uji Statistik T	117
4.9.7 Uji Statistik F	118
4.9.8 Analisis Dimensi	118
BAB V ANALISA DAN PEMBAHASAN	121
5.1 Deskriptif Data	121
5.1.1 Nilai Rata-Rata Kualitas Produk	122
5.1.2 Nilai Rata-Rata Citra Merek	123
5.1.3 Nilai Rata-Rata Keputusan Pembelian	124
5.2 Data Statistik Deskriptif	125
5.3 Uji Validitas dan Reliabilitas Data	127
5.3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas pada Instrumen Pengukuran	128
5.3.2 Uji Reliabilitas pada Instrumen Penelitian	131
5.3.3 Uji Validitas dan Reliabilitas pada Data Penelitian	132
5.3.4 Uji Reliabilitas pada Data Penelitian	135
5.4 Uji Asumsi Klasik	136
5.4.1 Uji Normalitas pada Data Penelitian	136
5.4.2 Uji Kolinieritas pada Data Penelitian	140
5.4.3 Uji Heterodekastisitas Data Penelitian	140
5.5 Analisis Regresi	141
5.5.1 Analisa Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	142

5.5.2 Analisa Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan	
Pembelian	145
5.5.3 Analisa Pengaruh Secara Bersama-sama (Simultan)	
Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap	
Keputusan Pembelian	149
5.6 Analisa Hubungan antar Dimensi pada Kualitas	
Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	153
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	157
6.1 Kesimpulan	157
6.2 Saran	158
DAFTAR PUSTAKA	163
LAMPIRAN	167
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	193

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Diagram <i>Trend Volume (Serve)</i> Minuman Energi FY 2010 – FY 2013	2
Gambar 1.2	<i>Pie Chart Volume Share (%)</i> Top 10 Minuman Energi Desember 2013	3
Gambar 1.3	Grafik <i>Trend Volume Share (%)</i> Minuman Energi Juni 2007 - Agustus 2008	5
Gambar 1.4	Grafik <i>Trend Volume Share (%)</i> Minuman Energi September 2008 - November 2009	6
Gambar 1.5	Grafik <i>Trend Volume Share (%)</i> Minuman Energi Januari 2013 - Desember 2013	7
Gambar 2.1	Bintang Toedjoe Puyer 16	23
Gambar 2.2	Extra Joss	25
Gambar 2.3	Komix	27
Gambar 2.4	E-Juss	30
Gambar 2.5	E-Juss Ginseng	31
Gambar 2.6	Bintang Toedjoe Masuk Angin	32
Gambar 2.7	Irex	33
Gambar 2.8	Extra Joss Nitros	34
Gambar 2.9	Bintang Toedjoe Turun Panas Anak	35
Gambar 2.10	Logo PT Bintang Toedjoe	35
Gambar 2.11	Struktur Organisasi PT Bintang Toedjoe	38

Gambar 2.12	Proses Bisnis PT Bintang Toedjoe	42
Gambar 3.1	Model Proses Pembelian Lima Tahap	63
Gambar 3.2	Kerangka Pemikiran	100
Gambar 5.1	Diagram Histogram dan Kurva Normal	138
Gambar 5.2	Gambar Normal P-P Plot	139
Gambar 5.3	Scatter Plot – ke-Heterogen-an Data	141



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Alamat Lokasi Cabang Enseval di Seluruh Indonesia	167
Lampiran 2	Hasil Uji Validitas dan Realibilitas Data Penelitian	171
Lampiran 3	Hasil Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen Pengukuran.....	175
Lampiran 4	Uji Multikolinieritas, Uji Heterodekasitisitas, Uji Normalitas.....	179
Lampiran 5	Analisis Simple Regresi Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	183
Lampiran 6	Analisis Simple Regresi Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	185
Lampiran 7	Analisis Simple Regresi Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	187
Lampiran 8	Kuesioner Penelitian	189

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Nilai Rata-Rata <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i> Extra Joss vs.	
Kuku Bima Ener-G (Skala 5) 2007 - 2013.....	8
Tabel 3.1 Hasil Penelitian Terdahulu	97
Tabel 4.1 Variabel dan Definisi Operasional Variabel	106
Tabel 4.2 Jumlah Mahasiswa Magister Manajemen Aktif 2014 Universitas	
Mercu Buana Kampus Menteng Jakarta Pusat	110
Tabel 4.3 Matriks Korelasi dari Dimensi antar Variabel	119
Tabel 4.4 Nilai Koefisien Korelasi	120
Tabel 5.1 Jumlah Mahasiswa Magister Manajemen Universitas Mercu Buana	
Jakarta per Masing-Masing Lokasi Kampus	121
Tabel 5.2 Jumlah Sampel Mahasiswa Magister Manajemen Universitas Mercu	
Buana Jakarta per Masing-Masing Lokasi Kampus.....	122
Tabel 5.3 Sebaran Jawaban dan Nilai Rata-Rata pada Kualitas Produk	122
Tabel 5.4 Sebaran Jawaban dan Nilai Rata-Rata pada Citra Merek	123
Tabel 5.5 Sebaran Jawaban dan Nilai Rata-Rata pada Keputusan Pembelian	125
Tabel 5.6 Data Statistik Deskriptif	126
Tabel 5.7 Rekapitulasi Hasil Perhitungan Uji Validitas Data pada Instrument	
Penelitian - Kualitas Produk	128
Tabel 5.8 Rekapitulasi Hasil Perhitungan Uji Validitas Data pada Instrument	
Penelitian - Citra Merek	129
Tabel 5.9 Rekapitulasi Hasil Perhitungan Uji Validitas Data pada Instrument	

Penelitian - Keputusan Pembelian	131
Tabel 5.10 Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas pada Instrumen Penelitian	132
Tabel 5.11 Rekapitulasi Hasil Perhitungan Uji Validitas Data pada Data Penelitian - Kualitas Produk	133
Tabel 5.12 Rekapitulasi Hasil Perhitungan Uji Validitas Data pada Data Penelitian - Citra Merek	134
Tabel 5.13 Rekapitulasi Hasil Perhitungan Uji Validitas Data pada Data Penelitian - Keputusan Pembelian	134
Tabel 5.14 Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas pada Data Penelitian	136
Tabel 5.15 Hasil Perhitungan Uji Normalitas Data Penelitian berdasarkan Aturan Kolmogorof – Smirnov	137
Tabel 5.16 Perhitungan pada Uji Kolinieritas Data Penelitian	140
Tabel 5.17 Perhitungan Koefisien Determinasi	142
Tabel 5.18 Perhitungan Uji T Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	143
Tabel 5.19 Perhitungan Koefisien Regresi pada Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	144
Tabel 5.20 Perhitungan Koefisien Determinasi	146
Tabel 5.21 Perhitungan Uji T Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	146
Tabel 5.22 Tabel Perhitungan Koefisien Regresi pada Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	147
Tabel 5.23 Perhitungan Koefisien Determinasi	149
Tabel 5.24 Tabel Uji Analysis of Varians Pengaruh Simultan Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	151

Tabel 5.25 Tabel Perhitungan Koefisien Regresi pada Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	152
Tabel 5.26 Matriks Korelasi Dimensi antar Variabel Bebas dengan Dimensi Variabel Terikat	154

