



**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN IKLAN
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA
PRODUK TEH PUCUK HARUM PT MAYORA
(STUDI KASUS MAHASISWA DI KECAMATAN MATRAMAN)**



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

NOVITA TIURMA
55113110282

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2017**



**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN IKLAN
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA
PRODUK TEH PUCUK HARUM PT MAYORA
(STUDI KASUS MAHASISWA DI KECAMATAN MATRAMAN)**

TESIS

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

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**NOVITA TIURMA
55113110282**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2017**

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Citra Merek, Harga dan Iklan terhadap
Minat Beli Konsumen Pada Produk Teh Pucuk
Harum PT Mayora (Studi Kasus Mahasiswa di
Kecamatan Matraman)

Bentuk Tesis : Riset Bisnis

Nama : Novita Tiurma

NIM : 55113110282

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Tanggal : September 2017

Mengesahkan,
Pembimbing Utama



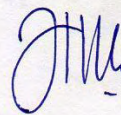
(Dr. Adi Nurmahdi, MBA)

Direktur Program Pascasarjana

Ketua Program Studi Magister Manajemen



(Prof. Dr. Didik J. Rachbini)



(Dr. Aty Herawati, M.Si)

LEMBAR PERNYATAAN

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

Judul : Pengaruh Citra Merek, Harga dan Iklan terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Teh Pucuk Harum PT Mayora (Studi Kasus Mahasiswa di Kecamatan Matraman)

Bentuk Tesis : Riset Bisnis

Nama : Novita Tiurma

NIM : 55113110282

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, September 2017

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Novita Tiurma

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis haturkan kepada Tuhan Yesus atas segala berkat dan rahmat Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis yang berjudul “Pengaruh Citra Merek, Harga dan Iklan terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Teh Pucuk Harum PT Mayora (Studi Kasus Mahasiswa di Kecamatan Matraman)”. 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. Tuhan Yesus Kristus yang menjadikan semuanya indah pada waktu-Nya.
Father God , Thank you for everything . God is the only reason I made it this far and God has perfect time never early and never late.
2. Dr. Adi Nurmahdi , MBA selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, koreksi, ilmu dan pengalamannya kepada penulis.
3. Dr. Aty Herawaty , M.si ME selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen.
4. Segenap Dosen Fakultas Pascasarjana Program Studi Magister Manajemen yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis.
5. Segenap karyawan dan *top management* PT Mayora, Tbk. atas dukungan data, ide, dan berbagi pengalaman dengan penulis.
6. Kedua Orangtua Tercinta , Mama & Papa atas doa, support dan 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. ***The hardest tests in life is the patience to wait for the right moment and i've learnt that from both of you. Luv ya..***

7. For Half of Me (my Husband) , thank you for your support and bunch of love. *No matter how dark it looks , No matter how long it has been, you believe that I always will finish what I started.*
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah memberikan kontribusi yang sangat berarti sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis ini.

Don't close the book when bad things happen in your life. Just turn the page , and begin a new chapter.

Jakarta, September 2017

Penulis,

Novita Tiurma



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINILITAS	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah, Perumusan dan Batasan Masalah	14
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	16
1.4 Manfaat dan Kegunaan Penelitian	17
BAB II DESKRIPSI PERUSAHAAN	19
2.1 Sejarah Perusahaan	19
2.2 Lingkup dan Bidang Usaha	22
2.4 Visi dan Misi Perusahaan	24
2.4 Struktur Organisasi Perusahaan	25
2.5 Produk dan Tantangan Bisnis Teh Pucuk Harum	29
2.5.1 Langkah / Tahap Dalam Daur Hidup Produk (<i>Product Life Cycle</i>)	31
2.5.2 Beberapa Teknik atau Cara Untuk Memperpanjang Daur Hidup Produk	33
2.5.3 Tahapan Daur Hidup Produk Teh Pucuk Harum	34
2.5.4 Promosi yang Dilakukan oleh Teh Pucuk Harum	35
2.5.5 Keefektifan Promosi	35

2.6 Kegiatan Fungsi Bisnis Teh Pucuk Harum.....	40
BAB III KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN	
HIPOTESIS	42
3.1 Kajian Teori	42
3.1.1 Citra Merek	42
3.1.2 Harga	49
3.1.3 Iklan	57
3.1.4 Minat Beli	63
3.2 Pengaruh Antar Variabel	65
3.2.1 Pengaruh Variabel Citra Merek Terhadap Variabel Minat Beli.....	65
3.2.2 Pengaruh Variabel Harga Terhadap Variabel Minat Beli.....	66
3.2.3 Pengaruh Variabel Iklan Terhadap Variabel Minat Beli	67
3.2.4 Pengaruh Variabel Citra Merek, Harga dan Iklan Terhadap Variabel Minat Beli	68
3.3 Penelitian Terdahulu	69
3.4 Kerangka Pemikiran	77
3.5 Hipotesis Penelitian.....	79
BAB IV METODOLOGI PENELITIAN	80
4.1 Desain Penelitian	80
4.2 Variabel Penelitian	80
4.3 Definisi Operasional Variabel	82
4.4 Populasi dan Sampel Penelitian	88
4.5 Jenis dan Sumber Data	90
4.6 Teknik Pengumpulan Data	90
4.7 Teknik Analisis Data	92
4.7.1 Uji Coba Instrumen.....	92
4.7.2 Uji Asumsi Klasik.....	95
4.7.3 Uji Hipotesis	97
4.7.4 Uji Korelasi Antar Dimensi	100

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	103
5.1 Hasil Penelitian	103
5.1.1 Karakteristik Responden.....	103
5.1.2 Analisis Deskriptif.....	106
5.1.3 Uji Validitas	116
5.1.4 Uji Reliabilitas	120
5.1.5 Uji Asumsi Klasik.....	121
5.1.6 Uji Hipotesis	124
5.2 Pembahasan	141
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	148
6.1 Kesimpulan	148
6.2 Saran	150
DAFTAR PUSTAKA.....	153
LAMPIRAN.....	158



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Komposisi Konsumsi Minuman Ringan di Indonesia Berdasarkan Volume	3
Gambar 1.2	<i>Persentase Market Share</i> Teh Pucuk Harum dan Pesaingnya	6
Gambar 1.3.	Data Hasil <i>Pra Survey</i> Citra Merek Teh Pucuk Harum	11
Gambar 1.4.	Data Hasil <i>Pra Survey</i> Harga Teh Pucuk Harum	13
Gambar 1.5.	Data Hasil <i>Pra Survey</i> Iklan Teh Pucuk Harum.....	14
Gambar 2.1.	Struktur Group PT. Mayora Indah Tbk.	20
Gambar 2.2	Struktur Organisasi PT. Mayora Indah Tbk	28
Gambar 2.3	Teh Pucuk Harum.....	34
Gambar 2.4	Iklan Teh Pucuk Harum.....	36
Gambar 2.5.	Proses Bisnis PT Mayora.....	41
Gambar 3.1.	Kerangka Pemikiran	78
Gambar 5.1.	Data Normalitas <i>Probability Plot</i>	122
Gambar 5.2.	<i>Scatterplot</i> Uji Heteroskedastisitas.....	124

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.	<i>Market Share</i> Minuman Teh Siap Saji Tahun 2014-2015	4
Tabel 1.2.	<i>Top Brand Index (TBI)</i> Teh dalam Kemasan Tahun 2013-2016.....	5
Tabel 1.3.	Data Penjualan Teh Pucuk Harum Tahun 2014 - 2016 di Jakarta...	8
Tabel 1.4.	Harga Minuman Teh Siap Saji di Jakarta	12
Tabel 2.1.	Divisi dan Merek Dagang	22
Tabel 2.2.	Struktur Kepemilikan Saham per 31 Desember 2016.....	23
Tabel 3.1.	Profil Jenis Media Utama.....	60
Tabel 3.2.	Penelitian Terdahulu (Internasional).....	70
Tabel 3.3.	Penelitian Terdahulu (Nasional)	74
Tabel 4.1.	Operasional Variabel Penelitian.....	83
Tabel 4.2.	Data Penjualan Teh Pucuk Harum di Jakarta Tahun 2014-2016	89
Tabel 4.3.	Skala Likert	92
Tabel 4.4.	Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha	95
Tabel 4.5.	Matriks Korelasi Antar Dimensi	101
Tabel 4.6.	Nilai Koefisien Korelasi.....	102
Tabel 5.1.	Jenis Kelamin Responden	103
Tabel 5.2.	Usia Responden.....	104
Tabel 5.3.	Jurusan Responden.....	104
Tabel 5.4.	Sumber Informasi Responden	105
Tabel 5.5.	Banyak Membeli Per Minggu	105
Tabel 5.6.	Berapa Lama Mengkonsumsi	106
Tabel 5.7.	Sebaran Jawaban dan Nilai Rata-rata pada Citra Merek.....	107
Tabel 5.8.	Tanggapan Responden terhadap Dimensi pada Citra Merek.....	108
Tabel 5.9.	Sebaran Jawaban dan Nilai Rata-rata pada Harga	109
Tabel 5.10.	Tanggapan Responden terhadap Dimensi pada Harga.....	110
Tabel 5.11.	Sebaran Jawaban dan Nilai Rata-rata pada Iklan.....	111
Tabel 5.12.	Tanggapan Responden terhadap Dimensi pada Iklan	112
Tabel 5.13.	Sebaran Jawaban dan Nilai Rata-rata pada Minat Beli	113

Tabel 5.14.	Tanggapan Responden terhadap Dimensi pada Minat Beli	114
Tabel 5.15.	Data Statistik Deskriptif.....	115
Tabel 5.16.	Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek.....	117
Tabel 5.17.	Hasil Uji Validitas Variabel Harga	118
Tabel 5.18.	Hasil Uji Validitas Variabel Iklan.....	119
Tabel 5.19.	Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli.....	120
Tabel 5.20.	Hasil Uji Reliabilitas Variabel	121
Tabel 5.21.	Hasil Uji Multikolinieritas	123
Tabel 5.22.	Hasil Analisa Regresi Linier Berganda.....	125
Tabel 5.23.	Hasil Koefisien Korelasi Ganda dan Koefisien Determinasi.....	130
Tabel 5.24.	Hasil Uji F	131
Tabel 5.25.	Hasil Analisa Korelasi Antar Dimensi.....	135
Tabel 5.26.	Kriteria Korelasi Dimensi Antar Variabel.....	135



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner	158
Lampiran 2. Jawaban Responden pada Kuesioner	164
Lampiran 3. Uji Validitas dan Reliabilitas	179
Lampiran 4. Tabulasi Data Penelitian	183
Lampiran 5. Diskripsi Frekuensi Responden.....	187
Lampiran 6. Uji Normalitas	189
Lampiran 7. Uji Multikolinieritas	190
Lampiran 8. Uji Heterokedastisitas	191
Lampiran 9. Uji Regresi Linier Berganda	192
Lampiran 10. Matriks Korelasi Antar Dimensi.....	193
Lampiran 11. Nilai Korelasi Pearson (r) Kritis	196
Lampiran 12. Nilai-nilai Dalam Distribusi t	197
Lampiran 13. Nilai-nilai F ($\alpha = 0,05$).....	198



UNIVERSITAS
MERCU BUANA