



**PENGARUH DISTRIBUSI, PROMOSI DAN  
KESADARAN MERK TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PRODUK JAKCARD PADA  
PT BANK DKI**

**TESIS**

**Mustika Aprilia**

**NIM: 55113120347**

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

**2016**



**PENGARUH DISTRIBUSI, PROMOSI DAN  
KESADARAN MERK TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PRODUK JAKCARD PADA  
PT BANK DKI**

**TESIS**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Program  
Magister Manajemen**

**MERCU BUANA**

**Mustika Aprilia**

**NIM: 55113120347**

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

**2016**

## **,LEMBAR PENGESAHAN**

Judul : Pengaruh Distribusi, Promosi dan Kesadaran Merk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jakcard Pada PT BANK DKI  
Bentuk Tesis : Penelitian/Kajian Masalah Perusahaan  
Nama : Mustika Aprilia  
NIM : 55113120347  
Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen  
Tanggal : 1 September 2016

Mengesahkan  
Pembimbing Utama



( Dr. Mudji Sabar, MBA )

Direktur Program Pascasarjana



( Prof. Dr. Didik J. Rachbini )

Ketua Program Studi  
Magister Manajemen



( Dr. Augustina Kurniasih, M.E. )

## PERNYATAAN

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

Judul : Pengaruh Distribusi, Promosi dan Kesadaran Merk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jakcard Pada PT BANK DKI  
Bentuk Tesis : Penelitian/Kajian Masalah Perusahaan  
Nama : Mustika Aprilia  
NIM : 55113120347  
Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen  
Tanggal : 1 September 2016

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya 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 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, 1 September 2016



( Mustika Aprilia )

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur ke hadirat Allah SWT atas segala limpahan Rahmat, Hidayah serta Inayah-Nya penulis bisa menyelesaikan secara tepat waktu tesis dengan judul “Pengaruh Distribusi, Promosi dan Kesadaran Merk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jakcard Pada PT BANK DKI”.

Dalam menyelesaikan tesis ini penulis telah mendapat banyak bantuan baik materiil maupun in materiil, *support*, arahan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. Mudji Sabar, MBA selaku dosen pembimbing tesis, Dr. Ahmad Badawi Saluy selaku ketua sidang tesis, Ir. Har Adi Basri, M.Ec., Ph.D selaku dosen penguji dan penelaah sidang tesis dan Dr. Harry Susilo selaku dosen pengajar mata kuliah *marketing research* yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan arahan, saran dan nasehat sehingga dapat terselesaikannya tesis ini.
2. Prof. Dr. Didik J. Rachbini selaku Direktur Program Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana dan Dr. Augustina Kurniasih, ME selaku ketua Program Studi Magister Managemen Universitas Mercu Buana.
3. Orang tua penulis Ibu Ratna Chairani dan Bapak Goody Apriyanto, kakak Mayang Priwarta Arum, adik Mahdi Apriyanto, suami tercinta Mohammad Zainal Arifin dan seluruh keluarga besar yang telah memberikan do’a, perhatian, kasih sayang serta dukungan selama penyusunan tesis ini.
4. Karyawan PT BANK DKI Bagian Card Center divisi Penjualan dan Promosi Kartu Jakcard yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, saya mengucapkan terimakasih banyak telah membantu kelengkapan data dalam penyusunan tesis ini.
5. Dan semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu penulis dalam penyelesaian proposal tesis ini.

Penulis berharap semoga tesis ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak, apabila terdapat kesalahan dalam penulisan dan ada pembahasan yang tidak berkenan penulis mohon maaf yang sebesar-besarnya.

Jakarta, 1 September 2016

Mustika Aprilia



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR ISI

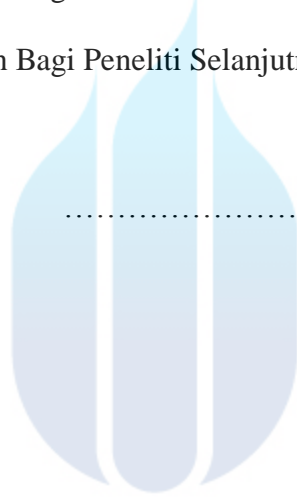
ABSTRACT.....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah, Perumusan dan Batasan Masalah .....	18
1.2.1. Identifikasi Masalah.....	18
1.2.2. Rumusan Masalah .....	19
1.2.3. Batasan Masalah.....	19
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	19
1.3.1. Maksud Penelitian .....	19
1.3.2. Tujuan Penelitian .....	20
1.4 Manfaat dan Kegunaan Penelitian .....	20
1.4.1. Manfaat Penelitian .....	20
1.4.2. Kegunaan Penelitian.....	21
<b>BAB II DESKRIPSI PERUSAHAAN .....</b>	<b>23</b>
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan .....	23
2.1.1 Visi dan Misi Perusahaan.....	25
2.2 Deskripsi Produk.....	26
2.3 Lingkup Bidang Usaha.....	31

2.4	Sumber Daya.....	32
<b>BAB III KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, HIPOTESIS</b>		<b>33</b>
3.1	Saluran Distribusi.....	33
3.2	Promosi .....	34
3.2.1.	Pengertian Promosi .....	35
3.2.2.	Variabel-variabel Promosi .....	36
3.2.3.	Tahap-tahap Pelaksanaan Promosi.....	37
3.3	Brand Awareness .....	40
3.4.	Keputusan Pembelian.....	43
3.4.1.	Tahap-tahap Proses Keputusan Pembelian .....	44
3.5	Penelitian Terdahulu .....	58
3.6	Kerangka Pemikiran.....	70
<b>BAB IV METODE PENELITIAN</b> .....		<b>73</b>
4.1	Rancangan Penelitian .....	73
4.2	Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran Variabel .....	73
4.3	Populasi dan Sampel .....	76
4.3.1.	Populasi Penelitian.....	76
4.3.2.	Sampel Penelitian.....	76
4.4	Jenis dan Sumber Data .....	78
4.4.1.	Data Primer .....	78
4.4.2.	Data Sekunder .....	78
4.5	Skala Pengukuran Kuesioner .....	78
4.6	Teknik Analisis .....	79



4.6.1. Metode Analisis Deskriptif .....	79
4.6.2. Metode Analisis Regresi Berganda.....	80
4.7 Metode Analisis Data.....	80
<b>BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>88</b>
5.1 Hasil Penelitian .....	88
5.2 Uji Instrumen Penelitian .....	89
5.2.1. Uji Validitas .....	89
5.2.2. Uji Reliabilitas .....	92
5.3 Analisis Statistik Deskriptif .....	93
5.4 Uji Asumsi Klasik.....	94
5.4.1. Uji Normalitas.....	94
5.4.2. Uji Multikolinieritas.....	96
5.4.3. Uji Heteroskedastisitas.....	97
5.5 Analisis Regresi Linier Berganda .....	99
5.5.1. Uji Koefisien Determinasi .....	99
5.5.2. Uji F (Uji Simultan).....	100
5.5.3. Uji t (Uji Parsial) .....	101
5.5.4. Uji Korelasi Antar Dimensi.....	103
5.7 Pembahasan Hasil Penelitian .....	104
5.7.1. Pengaruh Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian....	104
5.7.2. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian .....	104

5.7.3. Pengaruh <i>Brand Awareness</i> Terhadap Keputusan	
Pembelian .....	105
<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>106</b>
6.1 Kesimpulan .....	106
6.2 Saran .....	107
6.2.1. Saran Bagi Perusahaan .....	107
6.2.2. Saran Bagi Peneliti Selanjutnya .....	111
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>112</b>



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 1.1 Perbandingan Pemasaran Kartu Pintar.....	5
Tabel 1.2 Lokasi Penjualan Kartu Perdana Jakcard.....	7
Tabel 1.3 Lokasi Penjualan Kartu Perdana Jakcard di TransJakarta .....	8
Tabel 1.4 Top Brand Fase 1 2015 untuk kategori Banking & Finance, produk kartu <i>pre paid</i> .....	15
Tabel 3.1 Penelitian terdahulu.....	58
Tabel 4.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	76
Tabel 4.2 Korelasi Dimensi Variabel X1, X2, X3 dengan Y.....	83
Tabel 5.1 Profil Responden.....	90
Tabel 5.2 Pengujian Validitas .....	92
Tabel 5.3 Uji Reliabilitas .....	94
Tabel 5.4 Tanggapan Responden .....	95
Tabel 5.5 Pengujian Hasil Multikolinieritas .....	98
Tabel 5.6 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	101
Tabel 5.7 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	102
Tabel 5.8 Hasil Uji t.....	103
Tabel 5.9 Uji Korelasi Antar Dimensi .....	105

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 1.1 Kurva penjualan Jakcard .....	6
Gambar 1.2 Pencapaian Distribusi Jakcard.....	9
Gambar 1.3 Survei MARS Indonesia 2015 tingkat <i>Awareness</i> Nasabah .....	14
Gambar 2.1 Proses Pembuatan JakCard.....	29
Gambar 2.2 Struktur Organisasi Bank DKI.....	31
Gambar 3.1 Model Proses Pembelian Lima Tahap .....	42
Gambar 3.2 Kerangka Pemikiran.....	74
Gambar 5.1 Uji Normalitas.....	97
Gambar 5.2 Uji Heteroskedastisitas.....	100

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA