



**ANALISIS HUBUNGAN ANTARA HARGA, PRODUK,
PROMOSI, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMASANGAN IKLAN DI MAJALAH DIREKTORI PIBI POP**



UNIVERSITAS
Sarmunah
MERCU BUANA
55114110015

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

PROGRAM PASCASARJANA

UNIVERSITAS MERCU BUANA

2017



**ANALISIS HUBUNGAN ANTARA HARGA, PRODUK,
PROMOSI, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMASANGAN IKLAN DI MAJALAH DIREKTORI PIBI POP**

TESIS

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

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Sarmunah

55114110015

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

PROGRAM PASCASARJANA

UNIVERSITAS MERCU BUANA

2017

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Analisis Hubungan antara Harga, Produk, Promosi, dan Citra
Merek terhadap Keputusan Pemasangan Iklan di Majalah
Direktori PIBI POP

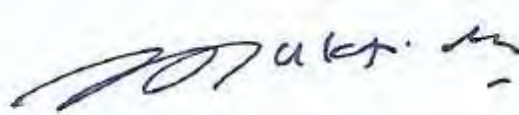
Bentuk Tesis : Penelitian/Kajian Masalah Perusahaan

Nama : Sarmunah

NIM : 55114110015

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 06 Juli 2017



MERCU BUANA
(Mochamad Mukti Ali, Dr. MM)

Direktur Program Pascasarjana

Ketua Program Studi Magister Manajemen



(Prof. Dr. Didik J Rachbini)



(Dr. Aty Herawati, M.Si)

LEMBAR PERNYATAAN

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

Judul : Analisis Hubungan antara Harga, Produk, Promosi, dan Citra
Merek terhadap Keputusan Pemasangan Iklan di Majalah
Direktori PIBI POP

Bentuk Tesis : Penelitian/Kajian Masalah Perusahaan

Nama : Sarmunah

NIM : 55114110015

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 05 Juli 2017

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 pengolahan data yang disajikan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 06 Juli 2017



KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur ke hadirat Allah SWT serta atas segala rahmat dan karunia-Nya pada penulis, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tesis yang berjudul: Analisis Hubungan antara Harga, Produk, Promosi, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pemasangan Iklan di Majalah Direktori PIBI POP.

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 terimakasih kepada semua pihak yang secara langsung dan tidak langsung memberikan kontribusi dalam penyelesaian karya ilmiah ini. Secara khusus pada kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih kepada: Bapak Mochamad Mukti Ali, Dr. MM, sebagai dosen pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan penulis selama penyusunan Tesis ini dari awal hingga Tesis ini dapat diselesaikan. Penulis juga berterimakasih kepada Bapak Achmad Fachroji., Dr. MM, selaku Penguji pada Seminar Proposal, Bapak Prof. Dr. Didik J Rachbini selaku Direktur Program Pascasarjana, beserta segenap jajarannya yang telah berupaya meningkatkan situasi kondusif di Fakultas.

Tak lupa penulis berterimakasih kepada Ketua Program Studi Magister Manajemen Dr. Aty Herawati, M.Si. Demikian juga penulis menyampaikan terimakasih kepada seluruh dosen dan staf administrasi Program Studi Magister Manajemen, termasuk rekan-rekan mahasiswa yang telah menaruh simpati dan bantuan sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada PT. International Network yang telah membantu penulis dalam pencarian dan penyebaran kuesioner kepada responden dalam penelitian ini. Akhirnya penulis mengucapkan terimakasih kepada kedua orang tua dan keluarga, yang dengan penuh kasih sayang dan kesabarannya mendorong penulis untuk menyelesaikan karya ilmiah ini. Kiranya hasil penulisan ini dapat memberi

sumbangsih dalam masalah peningkatan penjualan iklan pada media cetak di Indonesia.

Penulis



Sarminah



DAFTAR ISI

<i>ABSTRACT</i>	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Penelitian.....	8
1.2.1 Identifikasi Penelitian	8
1.2.2 Rumusan Penelitian.....	9
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat dan Kegunaan Penelitian	10
BAB II. DESKRIPSI PERUSAHAAN	
2.1 Sejarah Perusahaan	11
2.1.1 Sejarah International Network.....	11
2.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	12
2.2 Lingkup dan Bidang Usaha.....	14
2.2.1 PIBI POP.....	14
2.2.2 INPALME.....	15
2.2.3 INPOC.....	18
2.2.4 INMALL	20
2.3 Sumber Daya.....	21
2.4 Tantangan Bisnis.....	21
2.5 Proses atau Kegiatan Fungsi Bisnis	22
BAB III. KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	
3.1 Kajian Teori	24
3.1.1 Pemasaran.....	24
3.1.2 Bauran Pemasaran	25
3.1.2.1 Harga	26
3.1.2.2 Produk Jasa	30
3.1.2.3 Promosi	35
3.1.3 Citra merek (<i>Brand Image</i>)	37
3.1.4 Pengambilan Keputusan Pembelian	42
3.2 Penelitian Terdahulu	44
3.3 Rerangka Pemikiran.....	53

3.4 Hipotesis	54
BAB IV. METODE PENELITIAN	
4.1 Jenis Penelitian	55
4.2 Variabel Penelitian	55
4.2.1 Definisi Operasional.....	56
4.2.1.1 Harga.....	57
4.2.1.2 Produk.....	58
4.2.1.3 Promosi	59
4.2.1.4 Citra Merek.....	60
4.2.1.5 Keputusan Pemasangan Iklan	61
4.3 Populasi dan Sampel.....	62
4.3.1 Populasi.....	62
4.3.2 Sampel.....	63
4.3.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	63
4.4 Jenis dan Sumber Data	64
4.5 Teknik Pengumpulan Data	65
4.6 Teknik Analisis Data	65
4.6.1 Uji Validitas dan Realibilitas	65
4.6.2 Analisis Regresi Linier Berganda.....	67
4.6.3 Uji Hipotesis.....	68
BAB V. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
5.1 Profil Responden	72
5.1.1 Jenis Kelamin Responden.....	73
5.1.2 Tingkat Pendidikan Responden.....	73
5.1.3 Pekerjaan Responden.....	73
5.1.4 Lama Bekerja Responden.....	74
5.1.5 Pendapatan Responden.....	74
5.2 Deskriptif Data Hasil Tanggapan Responden	75
5.2.1 Hasil Distribusi Data Variabel Harga.....	76
5.2.2 Hasil Distribusi Data Variabel Produk.....	78
5.2.3 Hasil Distribusi Data Variabel Promosi	79
5.2.4 Hasil Distribusi Data Variabel Citra Merek	81
5.2.5 Hasil Distribusi Data Variabel Keputusan pemasangan iklan	83
5.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....	87
5.3.1 Uji Instrumen.....	87
5.3.2 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	89
5.3.3 Pengujian Hipotesis.....	91
5.3.3.1 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (<i>Kendall Tau</i>) ..	91
5.3.3.2 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (<i>Kendall W</i>)..	95
5.3.3.3 Analisis Korelasi Antar Dimensi	97
5.4 Pembahasan	98

5.4.1 Hubungan Harga terhadap Keputusan Pemasangan Iklan di Direktori PIBI POP.....	98
5.4.2 Hubungan Produk terhadap Keputusan Pemasangan Iklan di Direktori PIBI POP.....	99
5.4.3 Hubungan Promosi terhadap Keputusan Pemasangan Iklan di Direktori PIBI POP.....	101
5.4.4 Hubungan Citra Merek terhadap Keputusan Pemasangan Iklan di Direktori PIBI POP	102
5.4.1 Hubungan Harga, Produk, Promosi, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pemasangan Iklan di Direktori PIBI POP	104
5.4 Implikasi Hasil Penelitian pada Perusahaan.....	105
BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1 Kesimpulan.....	106
6.2 Saran	108
DAFTAR PUSTAKA	110
DAFTAR LAMPIRAN.....	115
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	151



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Produksi dan Ekspor Minyak Kelapa Sawit Indonesia.....	2
Tabel 1.2 Besar Market Share Majalah Kelapa Sawit Tahun 2014.....	4
Tabel 1.3 Penjualan Iklan di Direktori PIBI POP	5
Tabel 1.4 Perbandingan harga iklan di Majalah kelapa sawit.....	6
Tabel 3.1 Rerangka Pemikiran.....	53
Tabel 4.1 Definisi Operasional Variabel Harga.....	57
Tabel 4.2 Definisi Operasional Variabel Produk.....	58
Tabel 4.3 Definisi Operasional Variabel Promosi	59
Tabel 4.4 Definisi Operasional Variabel Citra Merek	60
Tabel 4.5 Definisi Operasional Variabel Keputusan Pemasangan Iklan	61
Tabel 5.1 Profil Demografi Responden	72
Tabel 5.2 Konversi Nilai Mean.....	75
Tabel 5.3 Hasil Distribusi Variabel Harga.....	76
Tabel 5.4 Hasil Distribusi Variabel Produk.....	78
Tabel 5.5 Hasil Distribusi Variabel Promosi	80
Tabel 5.6 Hasil Distribusi Variabel Citra Merek	81
Tabel 5.7 Hasil Distribusi Variabel Keputusan Pemasangan Iklan	84
Tabel 5.8 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	88
Tabel 5.9 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	90
Tabel 5.10 Pengujian Hipotesis Antar Variabel.....	92
Tabel 5.11 Interpretasi Koefisien Korelasi Kendall	92
Tabel 5.12 Koefisien Korelasi Kendall's W	96
Tabel 5.13 Matrix Korelasi Antar Dimensi.....	97

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Belanja Iklan di Media 2012 -2016.....	3
Gambar 1.2 Kategori Perusahaan Supplier untuk Industri Kelapa Sawit	4
Gambar 1.3 Perbandingan Produk Majalah Kelapa Sawit.....	7
Gambar 2.1 Majalah PIBI POP	14
Gambar 2.2 Pameran Kelapa Sawit INPALME.....	15
Gambar 2.3 Konferensi Kelapa Sawit INPOC.....	18
Gambar 2.4 Inmall Expo	20
Gambar 2.5 PT. Hutan Gaya Indonesia	23
Gambar 3.1 Rerangka Pemikiran	53



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 - Kuesioner	115
Lampiran 2 – Data Jawaban Responden	119
Lampiran 3 – Data Hasil Analisis	128
Lampiran 4 – Hasil Uji Nilai Mean	129
Lampiran 5 – Hasil Uji Validitas	132
Lampiran 6 – Hasil Uji Reliabilitas	139
Lampiran 7 – Hasil Uji Regresi Linier Berganda	141
Lampiran 8 – Hasil Uji Korelasi Kendall Tau	142
Lampiran 9 – Hasil Uji Korelasi Kendall W.....	142
Lampiran 10 – Hasil Uji Korelasi Antar Dimensi	143
Lampiran 11 – Penelitian Terdahulu.....	145
Lampiran 12 – Tabel Koefisien Korelasi Spearman’s Rank	150

