



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MIE
INSTAN BAKMI MEWAH PADA PT.MAYORA INDAH TBK**



UNIV 55115110035 A S
MERCU BUANA

PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN

PROGRAM PASCASARJANA

UNIVERSITAS MERCUBUANA

2017



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MIE
INSTAN BAKMI MEWAH PADA PT.MAYORA INDAH TBK**

TESIS

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

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
TOMMY
55115110035

PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN

PROGRAM PASCASARJANA

UNIVERSITAS MERCUBUANA

2017

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Kualitas Produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian produk Mie Instan Bakmi Mewah pada PT Mayora Indah Tbk

Bentuk Tesis : Penelitian/Kajian Masalah Perusahaan

Nama : Tommy

NIM : 55115110035

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 9 Desember 2017

Mengesahkan

Pembimbing

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

(Dr. Achmad Fachrodji, 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 : Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap keputusan pembelian produk Mie Instan Bakmi Mewah pada PT Mayora Indah Tbk

Bentuk Tesis : Penelitian/Kajian Masalah Perusahaan

Nama : Tommy

NIM : 55115110035

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 9 Desember 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, 9 Desember 2017



Tommy

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur ke hadirat Tuhan YME serta atas segala rahmat dan karunia-Nya pada penulis, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan Proposal Tesis yang berjudul: Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap keputusan pembelian produk Mie Instan Bakmi Mewah pada PT Mayora Indah Tbk.

Tesis ini ditulis dalam rangka memenuhi 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 terima kasih kepada semua pihak yang secara langsung dan tidak langsung memberikan kontribusi dalam penyelesaian karya ilmiah ini. Secara khusus pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada Dr Ahcmad Fachrodji sebagai dosen pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan penulis selama penyusunan Tesis ini dari awal hingga Tesis ini dapat diselesaikan. Penulis juga berterima kasih kepada Prof. Dr. Didik J. Rachbini, selaku Direktur Program Pascasarjana beserta segenap jajarannya yang telah berupaya meningkatkan situasi kondusif di Fakultas.

Tak lupa penulis berterima kasih kepada Ketua Program Studi Ibu Dr. Ati Herawati. M.Si. demikian juga penulis menyampaikan terima kasih kepada seluruh dosen dan staf administrasi Program Studi Magister Manajemen, termasuk rekan-rekan mahasiswa yang telah menaruh simpati dan bantuan sehingga penulis dapat menyelesaikan Proposal Tesis ini. Akhirnya penulis mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua, yang dengan penuh kasih sayang dan kesabarannya mendorong penulis untuk menyelesaikan karya ilmiah ini. Kiranya hasil penulisan ini dapat memberi sumbangsih dalam masalah pengembangan industry Food and beverage di Indonesia.

Penulis

DAFTAR ISI

<i>ABSTRACT</i>	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi

BAB I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi, Perumusan, dan Batasan Masalah	10
1.2.1. Identifikasi Masalah	10
1.2.2. Rumusan Masalah	11
1.2.3. Batasan Masalah	12
1.3. Tujuan Penelitian	12
1.4. Manfaat Penelitian	13
1.5. Sistematika Penulisan	14

BAB II. DESKRIPSI PERUSAHAAN

2.1. Sejarah Singkat Perusahaan	16
2.2. Lingkup Bidang Usaha	18
2.3. Sumber Daya	21
2.4. Tantangan Binis	22
2.5. Supply Chain Mie Instan	24

BAB III. KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

3.1. Kajian Pustaka	23
3.1.1. Pemasaran	27
3.1.1.1 Definisi Pemasaran	27
3.1.1.2 Konsep Pemasaran	28
3.1.1.3 Strategi Bauran Pemasaran	31
3.1.2. Definisi Strategi	35
3.1.2.1 Definisi Strategi Pemasaran	35
3.1.3 Pengertian Kualitas Produk	39
3.1.3.1 Pengertian Kualitas	39
3.1.3.2 Pengertian Produk	40

3.1.3.3 Pengertian Kualitas Produk	42
3.1.3.4 Tingkatan Produk	44
3.1.3.5 Dimensi Kualitas Produk	45
3.1.4 Harga	48
3.1.4.1 Pengertian Harga	48
3.1.4.2 Tujuan Penetapan Harga	49
3.1.4.3 Dimensi Harga.....	50
3.1.4.4 Faktor Mempengaruhi Harga	54
3.1.5 Periklanan	55
3.1.5.1 Pengertian Periklanan	55
3.1.5.2 Tujuan Periklanan.....	59
3.1.5.3 Bentuk-Bentuk Iklan.....	60
3.1.5.4 Dimensi Periklanan.....	62
3.1.6 Keputusan Pembelian Konsumen	63
3.1.6.1 Pengertian Keputusan Pembelian	63
3.1.6.2 Tingkah Laku Pembelian	65
3.1.6.3 Dimensi Keputusan Pembelian	67
3.2. Penelitian Terdahulu	70
3.3. Kerangka Pemikiran.....	81
3.4. Hipotesis	81

BAB IV. MEDODE PENELITIAN

4.1. Jenis Penelitian.....	82
4.2. Variabel Penelitian	83
4.2.1 Definisi Konsep.....	83
4.3. Definisi Operasional.....	84
4.4. Jenis dan Sumber Data	89
4.5. Teknik Pengumpulan Data.....	89
4.6. Populasi dan Sampel	91
4.6.1 Populasi	91
4.6.2 Sampel.....	91
4.7. Metode Analisis Data	92

BAB V. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1. Karakteristik Responden	97
5.2. Statistik Deskriptif	99
5.2.1. Statistik Deskriptif Kualitas Produk	99
5.2.2. Statistik Deskriptif Harga.....	100
5.2.3. Statistik Deskriptif Periklanan.....	100
5.2.4. Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian	101
5.3. Hasil Uji Instrumen	101
5.3.1. Uji Validitas	102
5.3.1.1. Pengujian Validitas	102
5.3.2. Uji Reliabilitas.....	103
5.4. Uji Asumsi Klasik	104
5.4.1. Uji Normalitas	104
5.4.2. Uji Multikolinearitas.....	106

5.4.3. Uji Heterokedastisitas	106
5.5. Uji Hipotesis	107
5.5.1. Analisa Regresi Linier Berganda.....	107
5.5.2. Uji Parsial.....	109
5.5.3. Uji Simultan	110
5.5.4. Analisa Koefisien Determinasi.....	111
5.6 Analisa Korelasi Antar Dimensi	112
5.7 Pembahasan	114
5.7.1 Variabel Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	114
5.7.2 Variabel Harga Terhadap Keputusan Pembelian	115
5.7.3 Variabel Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	116
5.7.4 Kualitas Produk, Hargadan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	117
BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1. Kesimpulan.....	119
6.2. Saran.....	120
DAFTAR PUSTAKA	121
DAFTAR LAMPIRAN.....	125
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	157



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.	Penjualan Mie Instan Dunia 2012-2016	6
Tabel 1.2.	TOP <i>Brand award</i> kategori mie instan tahun 2016.....	7
Tabel 1.3.	Data penjualan Bakmi Mewah	8
Tabel 1.4.	Data survey pendahuluan.....	9
Tabel 2.1.	Merk Dagang Mayora Group	19
Tabel 3.1	Media Iklan beserta keunggulan dan kelemahan	61
Tabel 3.2	Penelitian terdahulu yang relevan	71
Tabel 4.1	Tabel indikator variabel	85
Tabel 5.1	Karakteristik Responden.....	97
Tabel 5.2	<i>Descriptive statistics</i> kualitas produk	99
Tabel 5.3	<i>Descriptive statistics</i> harga	100
Tabel 5.4	<i>Descriptive statistics</i> periklanan.....	100
Tabel 5.5	<i>Descriptive statistics</i> Keputusan Pembelian	101
Tabel 5.6	Hasil Uji Validitas Instrumen.....	102
Tabel 5.7	Hasil Uji Reliabilitas.....	103
Tabel 5.8	<i>One Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>	105
Tabel 5.9	Hasil Uji Multikolinearitas.....	106
Tabel 5.10	Perhitungan Koefisien Regresi Berganda.....	107
Tabel 5.11	Hasil uji simultan (uji F)	110
Tabel 5.12	Hasil Pengujian analisis koefisien determinasi	111
Tabel 5.13	Matriks korelasi antar dimensi variabel penelitian.....	112
Tabel 5.14	Kriteria korelasi antar dimensi variabel.....	113

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Produk Mie Instan Bakmi Mewah	17
Gambar 2.2.	Pabrik Manufaktur Bakmi Mewah.....	18
Gambar 2.3	<i>Supply Chain</i> Mie Instan	26
Gambar 3.1	Matriks Tingkah Laku Pembelian Konsumen	66
Gambar 3.2	Proses Keputusan Pembelian.....	69
Gambar 3.3	Kerangka Pemikiran.....	81
Gambar 5.1	Normal P-P Plot	104
Gambar 5.2	Hasil Uji Heterokedastisitas	107



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 - Kuesioner	125
Lampiran 2 – Data Penelitian dan Pengolahan Data	129

