



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN HARGA  
TERHADAP PENJUALAN AUDIO SYSTEM BOSE  
PROFESSIONAL DI PT. PRIMA AUDIO INDONESIA**



**TESIS**

**UNIVERSITAS  
Riko Cantino  
5511 3120 237  
MERCU BUANA**

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



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN HARGA  
TERHADAP PENJUALAN AUDIO SYSTEM BOSE  
PROFESSIONAL DI PT. PRIMA AUDIO INDONESIA**

**TESIS**

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

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

**Riko Cantino**

**5511 3120 237**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN**

**PROGRAM PASCASARJANA**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**2015**

## LEMBAR PERSETUJUAN

Judul : Pengaruh kualitas produk, promosi dan harga terhadap penjualan Audio System Professional di PT Prima Audio Indonesia

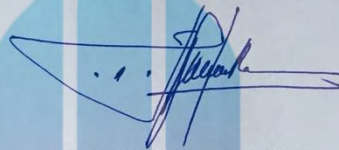
Bentuk Tesis : Penelitian/Kajian masalah perusahaan

NIM : 5511 3120 237

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 20 January 2018

Mengesahkan  
Pembimbing




( Prof. Dr. Djumarno MBA )

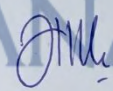
Direktur Program Pascasarjana

Ketua Program Studi Magister Manajemen

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



( Prof. Dr. Didik J. Rachbini )



( Dr. Aty Herawati, M.Si )

## LEMBAR PERNYATAAN

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

Judul : Pengaruh kualitas produk, promosi dan harga terhadap penjualan Audio System Professional di PT Prima Audio Indonesia  
Bentuk Tesis : Penelitian/Kajian masalah perusahaan  
NIM : 5511 3120 237  
Program : Magister Manajemen  
Tanggal : 20 January 2018

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 kersajanaan pada program sejenis diperguruan tinggi lain. Semua informasi, data dan hasil pengolahan data yang disajikan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 20 Januari 2018

METERAI  
TEMPEL  
C8C88AEF421767400  
6000  
ENAM RIBURUPIAH  
Riko Cantino

## **KATA PENGANTAR**

Dengan memanjatkan puji dan syukur kehadirat Allah SWT serta atas segala rahmat dan karunia-Nya pada penulis, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tesis yang berjudul : PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN HARGA TERHADAP PENJUALAN AUDIO SYSTEM BOSE PROFESSIONAL DI PT. PRIMA AUDIO INDONESIA. Tesis ini di tulis 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: Prof Djumarno, M.Eng.Sc, Phd, sebagai dosen pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan penulis selama penyusunan Tesis ini.

Demikian juga penulis menyampaikan terimakasih kepada seluruh dosen dan staf administrasi Prodi Magister Manajemen, termasuk rekan rekan mahasiswa yang telah menaruh simpati dan bantuan sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis. Akhirnya penulis mengucapkan terimakasih kepada orang tua, sahabat dan teman-teman semua yang penuh kasih sayang selalu memperhatikan penulis. Kiranya hasil penulisan ini dapat memberi sumbangsih dalam masalah pengembangan universitas yang ada di Indonesia.

Jakarta, January 2018

Riko Cantino

## DAFTAR ISI

BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar belakang masalah.....	1
1.2 Identifikasi, perumusan dan batasan masalah.....	7
1.2.1 Identifikasi masalah.....	7
1.2.2 Perumusan masalah.....	8
1.2.3 Batasan masalah.....	9
1.3 Maksud dan tujuan penelitian.....	10
1.3.1 Maksud penelitian.....	10
1.3.2 Tujuan penelitian.....	10
1.4 Manfaat dan kegunaan penelitian.....	11
1.4.1 Manfaat penelitian.....	11
1.4.2 Kegunaan penelitian.....	11
BAB 2 OBJEK PENELITIAN.....	13
2.1 Sejarah manajemen perusahaan.....	13
2.2 Lingkup dan bidang usaha.....	14
2.3 Sumber daya perusahaan.....	15
2.4 Sumber daya manusia.....	16
2.5 Struktur organisasi.....	18
2.6 Tantangan bisnis.....	19

BAB 3 KAJIAN TEORI, PENELITIAN TERDAHULU DAN HIPOTESIS.....	21
3.1 Penjualan.....	21
3.1.1 Kegiatan-kegiatan penjualan.....	22
3.2 Produk.....	26
3.2.1 Definisi produk .....	26
3.2.2 Klasifikasi produk.....	28
3.2.3 Definisi kualitas produk.....	31
3.2.4 Dimensi kualitas produk.....	32
3.3 Promosi.....	35
3.3.1 Bauran promosi.....	35
3.3.2 Tujuan promosi.....	37
3.3.3 Sasaran promosi.....	37
3.3.4 Dimensi promosi.....	38
3.4 Harga.....	40
3.4.1 Dimensi harga.....	41
3.5 Peneliti terdahulu.....	42
3.6 Kerangka penelitian.....	49
3.7 Hipotesis penelitian.....	55
BAB 4 METODE PENELITIAN.....	56
4.1 Jenis penelitian.....	56
4.2 Variabel penelitian.....	57
4.2.1 Definisi konsep.....	57
4.2.2 Definisi operasional.....	59
4.3 Populasi dan sampel penelitian.....	64
4.3.1 Populasi.....	64
4.3.2 Sampel.....	64
4.4 Jenis dan sumber data.....	65
4.5 Teknik pengumpulan data.....	65
4.6 Rancangan uji hipotesis dan analisis data.....	67



BAB 5 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	79
5.1 Hasil penelitian.....	79
5.2 Deskripsi identitas responden.....	80
5.2.1 Berdasarkan jenis kelamin.....	81
5.2.2 Berdasarkan usia.....	81
5.2.3 Berdasarkan pendidikan terakhir.....	82
5.2.4 Berdasarkan lama bekerja.....	82
5.3 Uji Instrumen penelitian.....	82
5.3.1 Uji validitas.....	83
5.3.1.1 Uji validitas variabel kualitas produk.....	83
5.3.1.2 Uji validitas variabel promosi.....	85
5.3.1.3 Uji validitas variabel harga.....	87
5.3.1.4 Uji validitas variabel penjualan.....	88
5.3.2 Uji reliabilitas.....	89
5.4 Uji asumsi klasik.....	91
5.4.1 Uji normalitas.....	91
5.4.2 Uji multikolinearitas.....	93
5.4.3 Uji heterokedastisitas.....	94
5.5 Pengujian hipotesis.....	95
5.5.1 Analisis regresi linier berganda.....	95
5.5.2 Uji koefisien determinasi berganda.....	97
5.5.3 Uji F.....	98
5.5.4 Uji t.....	99
5.5.5 Uji korelasi antar dimensi.....	101
5.6 Pembahasan.....	102
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN.....	106
6.1 Kesimpulan.....	106
6.2 Saran.....	107



## Daftar Gambar

Gambar 1.1	Data penjualan produk.....	1
Gambar 2.1	Struktur organisasi.....	18
Gambar 3.1	Kaitan antar variabel.....	24
Gambar 3.2	Diagram alur kerangka pemikiran.....	54
Gambar 5.1	Perhitungan uji validitas.....	80



## Daftar Tabel

Tabel 1.1	Tingkat pengenalan produk.....	4
Tabel 1.2	Faktor kegagalan project.....	5
Tabel 1.3	Variabel yang mempengaruhi penjualan.....	6
Tabel 2.1	Jumlah karyawan PT Prima Audio Indonesia.....	18
Tabel 3.1	4P Bauran pemasaran.....	25
Tabel 3.2	Tingkatan produk.....	29
Tabel 3.3	Penelitian terdahulu.....	43
Tabel 4.1	Operasionalisasi variabel.....	56
Tabel 5.1	Karakteristik responden.....	76



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA