



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FRUIT TEA PADA
PT. SINAR SOSRO KP TANGERANG**



KARYA AKHIR

UNIVERSITAS
OLEH
MERCU BUANA
WAHYUDI EKO SAPUTRO
NIM : 55109120098

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
2012**



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FRUIT TEA PADA
PT. SINAR SOSRO KP TANGERANG**

KARYA AKHIR

**DIAJUKAN SEBAGAI SALAH SATU SYARAT UNTUK MENYELESAIKAN
PROGRAM PASCASARJANA PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN**

OLEH

**WAHYUDI EKO SAPUTRO
NIM : 55109120098**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
2012**

PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan
Pembelian Produk Fruit Tea Pada PT. Sinar Sosro KP
Tangerang

Bentuk Karya Akhir : Riset Bisnis

Nama : Wahyudi Eko Saputro

N I M : 55109120098

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Tanggal : Agustus 2012

Mengesahkan

Ketua Program Studi
Magister Manajemen



Dr. Rina Astini, SE, ME

Pembimbing Utama



Dr. Ir. Alugoro Mulyowahyudi, M.Sc.

Direktur Program Pascasarjana



Prof. Dr. Didik J. Rachbini

Pembimbing II



Drs. Wawan Purwanto, SE, ME

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Karya Akhir ini :

Judul : **Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fruit Tea Pada PT. Sinar Sosro KP Tangerang**

Bentuk Karya Akhir : Riset Bisnis

Nama : Wahyudi Eko Saputro

N I M : 55109120098

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Tanggal : Agustus 2012

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercubuana.

Karya ilmiah 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, Agustus 2012



Wahyudi Eko Saputro

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Karya Akhir ini :

Judul : **Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan
Pembelian Produk Fruit Tea Pada PT. Sinar Sosro KP
Tangerang**

Bentuk Karya Akhir : Riset Bisnis

Nama : Wahyudi Eko Saputro

N I M : 55109120098

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Tanggal : Agustus 2012

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercubuana.

Karya ilmiah 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, Agustus 2012

(materai Rp. 6.000)

Wahyudi Eko Saputro

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan Karya Akhir dengan judul “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fruit Tea Pada PT. Sinar Sosro KP Tangerang”.

Dalam upaya peningkatan penjualan dan perbaikan strategi pemasaran Fruit Tea di PT. Sinar Sosro KPW Banten khususnya Kantor Penjualan Tangerang, penelitian ini bertujuan untuk menganalisa apakah terdapat pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian konsumen dan untuk mengetahui faktor bauran pemasaran yang manakah yang memberikan pengaruh terbesar terhadap keputusan pembelian konsumen Fruit Tea.

Selama penulisan Karya Akhir ini, penulis dibimbing oleh Bapak Dr. Ir. Alugoro Mulyowahyudi, M.Sc selaku dosen pembimbing utama dan bapak Drs. Wawan Purwanto, SE, ME selaku dosen pembimbing kedua. Atas segala dukungan, motivasi, dan bimbingan yang telah diberikan penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya.

Pada kesempatan ini penulis juga ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang senantiasa memberikan motivasi, dukungan, dan bimbingan yaitu kepada:

1. Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Prof. Dr. Didik J. Rachbini selaku Direktur Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Prof. Dr. Ir. Ngadino Surip, MS selaku Wakil Direktur Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana.
4. Dr. Rina Astini, SE, ME selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.
5. Bapak dan Ibu Dosen yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan wawasan kepada penulis, serta segenap karyawan Universitas Mercu Buana. yang telah berpartisipasi dan memberikan dukungan.
6. Bapak D. Kusman selaku General Manager PT. Sinar Sosro KPW Banten dan seluruh karyawan PT. Sinar Sosro KPW Banten, KPW Jakarta dan KP Tangerang yang telah memberikan ijin serta membantu selama penyusunan penelitian ini.
7. Bapak dan Ibu Kepala Sekolah SMP-SMA-SMK Islamic Village Tangerang, SMP-SMA Yuppentek Tangerang, SMPN 1 Tangerang, dan SMAN 1 Tangerang, yang telah membantu pelaksanaan penelitian ini.

8. Orang tua tercinta, istri tercinta Ririn Ida Nurhayati serta ananda tercinta Anindya dan Aikyo, yang selalu memberikan doa, dukungan, dan motivasi kepada penulis.
9. Rekan-rekan kuliah Program Pascasarjana Program Magister Manajemen Universitas Mercu Buana yang telah banyak membantu penulis selama masa kuliah dan penyusunan penelitian ini.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi penulis, perusahaan PT. Sinar Sosro KPW Banten, pembaca, dan peneliti selanjutnya. Penelitian ini dilakukan dengan sebaik-baiknya berdasarkan kondisi aktual dilapangan dan teori yang diperoleh selama perkuliahan di Program Pascasarjana Magister Manajemen Universitas Mercu Buana. Namun penulis sadar bahwa Karya Akhir ini sangat jauh dari sempurna namun tersimpan harapan semoga Karya Akhir ini dapat berguna dan bermanfaat.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Jakarta, Agustus 2012

Wahyudi Eko Saputro

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR GRAFIK	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	9
1.3 Rumusan Masalah.....	10
1.4 Batasan Masalah.....	11
1.5 Tujuan Penelitian.....	11
1.6 Manfaat Penelitian.....	12
BAB II. DESKRIPSI PERUSAHAAN	14
2.1 Sejarah Bisnis PT. Sinar Sosro.....	14
2.2 Lingkup Bidang Usaha.....	17
2.3 Sumber Daya.....	19

2.3.1	Gambaran Umum Kantor Penjualan Wilayah Banten.....	19
2.3.2	Struktur Organisasi Kantor Penjualan Wilayah Banten.....	20
2.4	Tantangan Bisnis.....	21
BAB III. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN		
	HIPOTESIS	25
3.1.	Kajian Pustaka.....	25
3.1.1	Pemasaran.....	25
3.1.2	Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	25
3.1.3	Produk	31
3.1.4	Harga.....	33
3.1.5	Distribusi.....	35
3.1.6	Promosi.....	37
3.1.7	Perilaku Konsumen.....	40
3.1.8	Jenis-jenis Perilaku Keputusan Pembelian.....	46
3.1.9	Proses Keputusan Pembelian.....	47
3.1.10	Model Perilaku Konsumen.....	49
3.1.11	Penelitian Terdahulu.....	50
3.2	Kerangka Pemikiran.....	51
3.3	Hipotesis Penelitian.....	52
BAB IV. METODE PENELITIAN		
4.1	Obyek Penelitian.....	54
4.2	Metode Penelitian.....	55
4.3	Teknik Pengumpulan Data.....	55
4.4	Populasi dan Sampel.....	56

4.4.1 Populasi.....	56
4.4.2 Sampel.....	57
4.5 Metode Pengukuran Data.....	58
4.6 Operasionalisasi Variabel.....	58
4.7 Teknik Analisa Data.....	62
4.7.1 Uji Reliabilitas.....	62
4.7.2 Uji Validitas.....	63
4.7.3 Uji Asumsi Klasik.....	63
4.7.4 Analisis Kualitatif.....	65
4.7.5 Analisis Kuantitatif.....	65
4.7.6 Analisa Regresi Linier Berganda.....	66
4.7.7 Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t).....	67
4.7.8 Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F).....	68
4.7.9 Analisis Matrik Korelasi Antar dimensi Variabel Penelitian.....	68
4.7.10 Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	68
BAB V. HASIL DAN ANALISIS.....	69
5.1 Karakteristik Responden.....	69
5.1.1 Usia Responden.....	69
5.1.2 Jenis Kelamin Responden.....	70
5.1.3 Tingkat Pendidikan Responden.....	71
5.1.4 Uang Jajan Sekolah Responden.....	71
5.2 Analisis Deskriptif.....	72
5.2.1 Analisis Deskriptif Variabel Produk.....	72
5.2.2 Analisis Deskriptif Variabel Harga.....	74

5.2.3 Analisis Deskriptif Variabel Distribusi.....	75
5.2.4 Analisis Deskriptif Variabel Promosi.....	77
5.2.5 Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian	78
5.3 Hasil Uji Reliabilitas.....	79
5.4 Hasil Uji Validitas	80
5.5 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	81
5.5.1 Hasil Uji Normalitas.....	81
5.5.2 Hasil Uji Multikolinearitas.....	82
5.5.3 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	83
5.6 Analisis Regresi Linier Berganda.....	84
5.7 Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)	86
5.8 Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	92
5.9 Analisis Matriks Korelasi Antar Dimensi Variabel penelitian.....	94
5.10 Analisis Koefisien Determinasi.....	98
5.11 Temuan Penelitian dan Pembahasan.....	99
BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN	101
6.1 Kesimpulan	101
6.2 Saran	102
6.2.1 Saran Untuk Organisasi.....	102
6.2.2 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya.....	104

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 <i>Market Share</i> Teh Siap Minum Dalam Kemasan (%).....	4
Tabel 1.2 Makro Analisis Industri Teh Tahun 2009.....	5
Tabel 1.3 Produsen dan Jenis Merek Minuman Teh di Indonesia.....	7
Tabel 1.4 Data Penjualan Produk Fruit Tea Wilayah Tangerang.....	8
Tabel 4.1 Operasionalisasi Variabel.....	59
Tabel 5.1 Analisis Deskriptif Variabel Produk.....	72
Tabel 5.2 Analisis Deskriptif Variabel Harga.....	74
Tabel 5.3 Analisis Deskriptif Variabel Distribusi.....	76
Tabel 5.4 Analisis Deskriptif Variabel Promosi.....	77
Tabel 5.5 Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	78
Tabel 5.6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian.....	79
Tabel 5.7 Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian.....	80
Tabel 5.8 Hasil Uji Normalitas Variabel Penelitian.....	81
Tabel 5.9 Hasil Uji Multikolinearitas Variabel Penelitian.....	82
Tabel 5.10 Hasil Uji Heterokedastisitas Variabel Penelitian.....	83
Tabel 5.11 Determinasi Variabel Produk, Harga, Distribusi, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	84
Tabel 5.12 Hasil Uji t Variabel Produk (X_1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	87
Tabel 5.13 Hasil Uji t Variabel Harga (X_2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)...	88
Tabel 5.14 Hasil Uji t Variabel Distribusi (X_3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	90
Tabel 5.15 Hasil Uji t Variabel Promosi (X_4) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	91

Tabel 5.16 Hasil F hitung Variabel Produk, Harga, Distribusi, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	93
Tabel 5.17 Matriks Korelasi Antar Variabel Penelitian.....	95
Tabel 5.18 Matriks Korelasi Antar Dimensi Variabel Penelitian.....	96
Tabel 5.19 Hasil Koefisien Determinasi.....	98



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Desain Botol “Tehbotol Sosro”	16
Gambar 2.1 Diferensiasi Fruit tea dari Segi Kemasan.....	19
Gambar 2.3 Struktur Organisasi PT. Sinar Sosro KPW Banten.....	20
Gambar 3.1 Model Sederhana Proses Pemasaran.....	27
Gambar 3.2 Konsep Inti Pemasaran.....	27
Gambar 3.3 Variabel Empat P Bauran Pemasaran.....	29
Gambar 3.4 Tiga Tingkatan Produk.....	32
Gambar 3.5 Model Perilaku Pembeli.....	41
Gambar 3.6 Empat Tipe Perilaku Pembeli.....	46
Gambar 3.7 Proses Keputusan Pembelian.....	47
Gambar 3.8 Model Lima Tahap Proses Pembelian.....	49



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1 <i>Market Size Ready To Drink Tea</i> 2002-2009.....	2
Grafik 5.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	69
Grafik 5.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	70
Grafik 5.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	71
Grafik 5.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Jajan Sekolah.....	71



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Format Kuesioner.....	109
Lampiran 2. Hasil Rekapitulasi Kuesioner.....	113
Lampiran 3. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian.....	115
Lampiran 4. Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian.....	118
Lampiran 5. Hasil Uji Normalitas Variabel Penelitian.....	121
Lampiran 6. Hasil Uji Multikolinearitas Variabel Penelitian.....	122
Lampiran 7. Hasil Uji Heterokedastisitas Variabel Penelitian.....	123
Lampiran 8. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	124
Lampiran 9. Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana.....	126
Lampiran 10. Analisis Matriks Korelasi Antar Dimensi Variabel Penelitian....	130

