



**ANALISIS PENGARUH PRODUK, HARGA,
PROMOSI DAN DISTRIBUSI TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN (STUDI KASUS PADA
PRODUK PRIVACY FILTER PT 3M INDONESIA)**

KARYA AKHIR

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Oleh
AGUS KURNIAWAN

55109120119

UNIVERSITAS MERCU BUANA

PROGRAM PASCASARJANA

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

2012



**ANALISIS PENGARUH PRODUK, HARGA,
PROMOSI DAN DISTRIBUSI TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN (STUDI KASUS PADA
PRODUK PRIVACY FILTER PT 3M INDONESIA)**

KARYA AKHIR

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Program
Pascasarjana Program Magister Manajemen**

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**
Oleh

AGUS KURNIAWAN

55109120119

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

2012

PENGESAHAN

Judul : **Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Distribusi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Produk Privacy Filter PT 3M Indonesia)**

Bentuk Karya Akhir : Riset Bisnis

Nama : Agus Kurniawan

NIM : 55109120119

Program : Pascasarjana Program Studi Magister Manajemen

Tanggal : 24 Juli 2012

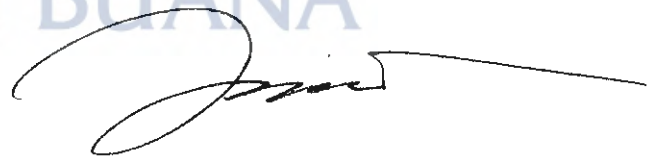
Mengesahkan :

Ketua Program Studi
Magister Manajemen



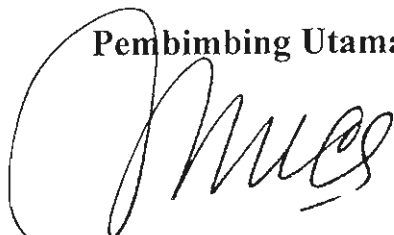
Dr. Rina Astini, SE, ME

Direktur Program Pasca Sarjana



Prof. Dr. Didik J. Rachbini

Pembimbing Utama



Muchsin Saggaff Shihab, MBA, Ph.D

PERNYATAAN

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

Judul : **Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Distribusi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Produk Privacy Filter PT. 3M Indonesia)**

Bentuk Karya Akhir : Riset Bisnis

Nama : Agus Kurniawan

NIM : 55109120119

Program : Pascasarjana Program Studi Magister Manajemen

Tanggal : 24 Juli 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 Mercu Buana.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengelolaannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya

Jakarta, 24 Juli 2012

Agus Kurniawan:



KATA PENGANTAR

Puji serta syukur kehadirat ALLAH SWT atas segala berkah dan rahmat Nya, sehingga dengan kemampuan dan kesungguhan hati akhirnya selesai sudah penulisan tesis ini yang diberi judul “ ***ANALISIS PENGARUH PRODUK, HARGA, PROMOSI DAN DISTRIBUSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Kasus pada Produk Privacy Filter PT 3M Indonesia)***).

Tujuan penulisan tesis ini merupakan salah satu syarat untuk mencapai gelar Pasca Sarjana S2 Magister Manajemen pada Program Pasca Sarjana Universitas “Mercu Buana”, Jakarta. Penulisan Tesis tidak terlepas dari dukungan berbagai pihak, oleh karena itu tidak lupa mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak yang telah membantu dan memberikan dorongan baik secara langsung maupun tidak langsung, hingga selesai penulisan tesis ini. Untuk itu dalam kesempatan tesis, untuk itu dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. Rina Astini, SE,ME selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen sekaligus sebagai dosen penguji yang telah memberikan saran yang sangat membangun dalam sidang karya akhir penulis.
2. Dr. Ir. Har Adi Basri M.Ec sebagai dosen penguji yang telah memberikan saran yang sangat membangun dalam sidang karya akhir penulis.
3. Muchsin Saggaf Shihab MBA, Ph.D selaku Dosen Pembimbing yang turut mendorong penulis dalam upaya untuk menyelesaikan tesis ini.
4. Staff Pengajar Magister Manajemen Universitas Mercu Buana atas ilmu yang diajarkan
5. Kepada Ibunda Tercinta yang selalu memberikan motivasi, do'a dan kasih sayang tiada henti kepada penulis.
6. Istri dan anak tercinta atas motivasi serta kesabaran dan kasih sayang yang tiada henti kepada penulis.

7. Keluarga besar penulis yang selalu memberikan dukungan dan kasih sayang kepada penulis.
8. Rekan-rekan seperjuangan di kampus yang turut mendukung baik secara moril dengan doa-doa dan perhatiannya maupun secara non moril.
9. Responden, atas waktu yang diluangkan untuk mengisi kuesioner, keramahtamahan , dan perbincangan yang menarik.

Sebagai manusia biasa penulis tidak dapat membalas jasa-jasa semua pihak yang telah mengulurkan tangan untuk membantu dan mendukung. Penulis hanya dapat berdoa semoga ALLAH SWT yang memberikan yang terbaik pada semua pihak yang telah membantu penulis.

Dalam kesadaran akan keterbatasan ini pula, penulis merasa tesis ini belum sempurna, karena itu penulis terbuka terhadap kritik dan saran yang membangun. Meskipun demikian penulis berharap bahwa tesis ini dapat pula berguna untuk pihak-pihak yang memerlukannya.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, Juli 2012

Penulis



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
PENGESAHAN TESIS	iii
PERNYATAAN TESIS	iv
KATA PENGANTAR	v
DATAR ISI	vii
DAFTAR TABEL/.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I	PENDAHULUAN	
	1.1. Latar Belakang1
	1.2. Identifikasi Masalah8
	1.3. Perumusan Masalah8
	1.4. Tujuan Penelitian9
	1.5. Manfaat dan Kegunaan Penelitian9
BAB II	DESKRIPSI PERUSAHAAN	
	2.1. Sejarah PT 3M Indonesia11
	2.1.1. Visi, Value & Kebijakan Mutu PT 3M Indonesia12
	2.1.2. Struktur Organisasi13
	2.1.3. Ruang Lingkup Bisnis 3M Indonesia14

2.2. Privacy Filter.....	15
2.3. Produk Privacy Filter.....	16
2.4. Harga Produk Privacy Filter.....	16
2.5. Segment Pasar Privacy Filter.....	18
2.6. Promosi Privacy Filter.....	19
1. Personal Selling.....	19
2. Advertising.....	20
3. Sales Promotion.....	20
2.7. Distribusi Privacy Filter.....	21

BAB III. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

3.1. Kajian Pustaka.....	24
3.1.1. Produk.....	24
3.1.2. Harga.....	27
3.1.3. Promosi.....	31
3.1.4. Distribusi.....	40
3.1.5. Konsep Kepuasan Pelanggan.....	52
3.1.6. Hubungan Antara Produk, Harga, Promosi dan Distribusi Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	55
3.1.7. Penelitian Terdahulu.....	56
3.2. Kerangka Pemikiran dan Hipotesis.....	57

BAB IV. METODE PENELITIAN

4.1. Metode dan Objek Penelitian.....	61
4.2. Populasi dan Sample.....	61
4.3. Teknik Pengambilan Sample.....	62
4.4. Desain Kuesioner.....	63
4.5. Skala Pengukuran Kuesioner.....	64
4.6. Operasional Variabel.....	64
4.7. Metode Pengambilan Data.....	68
4.8. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	69
4.9 Uji Asumsi Klasik.....	70
4.9.1. Uji Normalitas.....	71
4.9.2. Uji Heteroskedastisitas.....	71

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

BAB V. PEMBAHASAN

5.1. Latar Belakang Responden.....	72
5.2. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	74
5.3. Analisis Deskriptif.....	77
5.4 Analisis Korelasi	87
5.5. Uji Asumsi Klasik.....	88
5.5.1. Uji Normalitas.....	88

5.5.2. Uji Heteroskedastisitas	89
5.5.3. Analisis Regresi Linear Berganda.....	90
5.6. Pengujian Uji Hipotesis.....	93
5.6.1. Uji Parsial (Uji T).....	93
a. Hubungan Produk dengan Kepuasan Pelanggan.....	94
b. Hubungan Harga dengan Kepuasan Pelanggan.....	94
c. Hubungan Promosi dengan Kepuasan Pelanggan.....	95
d. Hubungan Distribusi dengan Kepuasan Pelanggan.....	96
5.6.2. Uji Simultan (Uji F).....	96
5.7. Pembahasan.....	97

BAB VI KESIMPULAN

6.1 Kesimpulan.....	101
6.2.Saran.....	104

DAFTAR PUSTAKA	106
-----------------------------	------------

LAMPIRAN.....	110
----------------------	------------

RIWAYAT HIDUP.....	129
---------------------------	------------

DAFTAR TABEL

Tabel 1.2. Daftar Harga Screen Protector.....	6
Tabel 2.3 Market Segment Privacy Filter.....	18
Tabel 3.2. Penelitian Terdahulu.....	57
Tabel 4.6. Operasional Variabel.....	65
Tabel 5.1. Deskripsi Data Responden.....	72
Tabel 5.2. Hasil Uji Instrumen Penelitian.....	75
Tabel 5.3 Deskripsi Statistik Produk.....	77
Tabel 5.4. Pedoman Interpretasi dan Distribusi Frekuensi Produk.....	78
Tabel 5.5. Deskripsi Statistik Harga.....	79
Tabel 5.6 Pedoman Interpretasi dan Distribusi Frekuensi Harga.....	80
Tabel 5.7. Deskripsi Statistik Promosi.....	81
Tabel 5.8. Pedoman Interpretasi dan Distribusi Frekuensi Promosi.....	82
Tabel 5.9 Deskripsi Statistik Distribusi.....	83
Tabel 5.10 Pedoman Interpretasi dan Distribusi.....	84
Tabel 5.11 Deskripsi Statistik Kepuasan Pelanggan.....	85
Tabel 5.12. Pedoman Interpretasi dan Distribusi Frekuensi Kepuasan pelanggan.....	86
Tabel 5.13. Analisis Korelasi.....	87
Tabel 5.14 Hasil Uji Skewnes dan Kurtosis.....	88
Tabel 5.15 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	90

Tabel 5.16 Hasil Uji T Produk (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y).....	94
Tabel 5.17 Hasil Uji T Harga (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y).....	94
Tabel 5.18 Hasil Uji T Promosi (X3) terhadap kepuasan pelanggan (Y).....	95
Tabel 5.19 Hasil Uji T Distribusi (X4) terhadap kepuasan pelanggan (Y).....	96
Tabel 5.20 Hasil Uji F	97



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Potensi Pasar Privacy Filter.....	2
Gambar 1.2. Data Penjualan Privacy Filter tahun 2011.....	5
Gambar 2.1. Struktur Organisasi PT 3M Indonesia	14
Gambar 2.2. Harga Produk Privacy Filter.....	17
Gambar 2.4 Saluran Distribusi	23
Gambar 3.1 Konsep Kepuasan Konsumen.....	53
Gambar 3.2 Kerangka Penelitian.....	60
Gambar 5.1 Grafik Plot Uji Heteroskedastisitas.....	89