



**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, SALURAN  
DISTRIBUSI DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN**  
( Studi kasus pada produk pelicin pakaian merek So Klin Rapika  
oleh konsumen rumah tangga di kota Bekasi )



TESIS

UNIVERSITAS  
ARIFIN  
55114120093  
MERCU BUANA

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
TAHUN 2017



**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, SALURAN  
DISTRIBUSI DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN**  
( Studi kasus pada produk pelicin pakaian merek So Klin Rapika  
oleh konsumen rumah tangga di kota Bekasi )

TESIS

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

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA  
ARIFIN  
55114120093

PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN  
PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
TAHUN 2017

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Saluran distribusi dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian. ( Studi kasus pada produk pelicin pakaian merek So Klin Rapika oleh konsumen rumah tangga di kota Bekasi )

Bentuk Tesis : Penelitian/ Kajian Masalah Perusahaan

Nama : Arifin

NIM : 55114120093

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 2 Februari 2017

Mengesahkan,

Pembimbing

  
(Dr. Mudji Sabar, MBA)

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Direktur Program Pascasarjana  
Manajemen.



(Prof. Dr. Didik. J. Rachbini)

Ketua Program Studi Magister



(Dr. Aty Herawati.M.Si)

## LEMBAR PERNYATAAN

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

Judul : Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Saluran distribusi dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian. ( Studi kasus pada produk pelicin pakaian merek So Klin Rapika oleh konsumen rumah tangga di kota Bekasi )

Bentuk Tesis : Penelitian/ Kajian Masalah Perusahaan

Nama : Arifin

NIM : 55114120093

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 22 Desember 2016

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen pembimbing yang di tetapkan dengan Surat Keputusan Program Studi Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah di ajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis diperguruan tinggi lain. Semua informasi, data dan hasil pengolahan data yang disajikan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat di periksa kebenarannya.

Jakarta, 2 Februari 2017

MERCU BUANA



( Arifin )

## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah senantiasa melimpahkan berkah, rahmat dan kasihNya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis dengan judul : “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Saluran distribusi dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian. (Studi kasus pada produk pelicin pakaian merek So Klin Rapika oleh konsumen rumah tangga di kota Bekasi)”.

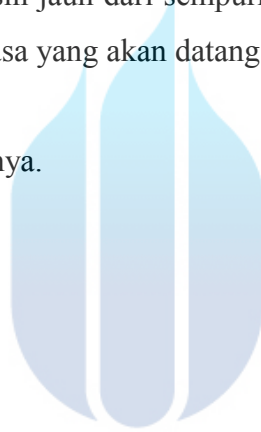
Tesis ini ditulis dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta. Penulis menyadari bahwa Tesis ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu ijin penulis berterima kasih kepada semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung memberikan kontribusi dalam penyelesaian karya ilmiah ini. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa hormat dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. Mudji Sabar, MBA atas bimbingan, arahan serta waktu yang telah diluangkan kepada penulis untuk berdiskusi selama menjadi dosen pembimbing, memberikan masukan yang berharga berkenaan sistematika penulisan tesis yang baik dan benar serta saran yang konstruktif demi kesempurnaan proposal tesis ini.
2. Prof. Hapzi selaku penguji pada seminar proposal, Dr.Ir. Sri Hartono, MM selaku penguji pada ujian Tesis dan Prof. Dr. Didik. J. Rachbini selaku Direktur Program Pascasarjana, beserta segenap jajaran yang telah berupaya meningkatkan situasi kondusif dilingkungan Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Aty Herawati, M.Si selaku ketua Program Studi dan kepada seluruh Dosen Program Pascasarjana Magister Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta khususnya Konsentrasi Magister Pemasaran. Rekan-rekan Magister Manajemen, Kampus Menteng, atas suka duka selama menimba ilmu dan *support* nya, termasuk rekan rekan mahasiswa yang telah menaruh simpati dan bantuan sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini.
4. Kedua orang tua saya (alm) Bapak Efendy dan Ibu Sunarti, Istri tercinta saya Ade Ony Wijaya dan kedua putra kesayangan Kevin Anthony dan Kent

- Alexander serta adik saya Suyenny, yang selama ini memberi dukungan moril bagi peneliti dan sebagai pengobat ketika lelah datang.
5. GM Sales & MKT PT. Sayap Mas Utama, Bapak Hardi Agustanto dan Seluruh karyawan PT. Sayap Mas Utama yang sudah membantu penulis untuk melakukan penelitian di PT. Sayap Mas Utama, Jakarta.
  6. Dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah memberikan kontribusi yang sangat berarti sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis ini.

Semoga tesis ini dapat membawa manfaat dan pencerahan bagi siapapun yang membacanya. Tesis ini masih jauh dari sempurna, kami mengharapkan kritik dan saran untuk perbaikan dimasa yang akan datang.

Terimakasih atas perhatiannya.



Jakarta, 2 Februari 2017

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Arifin

## DAFTAR ISI

	Halaman
<i>ABSTRACT</i> .....	i

<b>ABSTRAK</b> .....	ii
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiii
<b>DAFTAR GRAFIK</b> .....	xiv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xv

## **BAB I. PENDAHULUAN**

1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi masalah, perumusan dan batasan masalah..	9
1.2. Identifikasi masalah.....	9
1.3. Rumusan masalah.....	10
1.4. Batasan masalah.....	11
1.3. Manfaat dan Kegunaan Penelitian.....	11

## **BAB II. DESKRIPSI PERUSAHAAN**

2.1. Sejarah Singkat PT. Sayap Mas Utama.....	13
2.2. Lingkup dan bidang usaha.....	16
2.3. Sumber daya.....	18
2.4. Tantangan bisnis.....	19
2.4.1. Tantangan bisnis yang diterima PT.Sayap Mas Utama.....	19
2.4.2. Struktur dan karakteristik industri.....	21
2.5. Proses/kegiatan fungsi Bisnis.....	23

## **BAB III. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS**

3.1. Kajian Pustaka.....	29
3.1.1. Kualitas Produk.....	29
3.1.2. Distribusi.....	34
3.1.3. Promosi.....	37
3.1.4. Keputusan Pembelian.....	39

3.2.	Hasil Penelitian Terdahulu.....	42
3.3.	Kerangka Pemikiran.....	45
3.4.	Hipotesis Penelitian.....	48

#### **BAB IV. METODE PENELITIAN**

4.1.	Jenis/Desain Penelitian.....	49
4.2.	Variabel Penelitian.....	49
4.3.	Definisi Operasional.....	51
4.4.	Populasi dan Sampel. ....	52
	4.4.1. Populasi Penelitian.....	52
	4.4.2. Sample Penelitian.....	52
4.5.	Jenis dan Sumber Data.....	54
	4.5.1. Jenis Data.....	54
	4.5.2. Sumber Data.....	54
4.6.	Teknik Pengumpulan Data.....	54
4.7.	Teknik Analisis Data.....	55
	4.7.1. Uji Instrumen Penelitian.....	55
	4.7.1.1. Uji Validitas.....	56
	4.7.1.2. Uji Reliabilitas.....	58
	4.7.2. Uji Asumsi klasik.....	58
	4.7.4.1. Uji Normalitas.....	58
	4.7.4.2. Uji Multikolinearitas.....	59
	4.7.4.3. Uji Heteroskedastisitas.....	60
	4.7.3. Uji Model .....	60
	4.7.5.1. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	60
	4.7.5.2. F Hitung.....	60
	4.7.4. Uji Pengaruh Variabel Bebas.....	61
	4.7.6.1. Koefisien Regresi .....	62
	4.7.6.2. t Hitung.....	62
	4.7.5. Uji Persamaan Regresi .....	63
4.8.	Analisa Korelasi Antar Dimensi.....	64



## **BAB V. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

5.1. Hasil Penelitian.....	66
5.2. Uji Coba Instrumen Penelitian.....	66
5.2.1. Uji Validitas.....	66
5.2.2. Uji Reliabilitas.....	69
5.3. Karakteristik Responden Penelitian.....	71
5.3.1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	72
5.3.2. Responden Berdasarkan Usia.....	72
5.3.3. Responden Berdasarkan Pengeluaran rutin.....	73
5.3.4. Responden Berdasarkan Masa penggunaan produk.....	73
5.3.5. Responden Berdasarkan yang melakukan setrika.....	73
5.4. Deskripsi Data Variabel Penelitian.....	73
5.4.1. Analisis Data Variabel Kualitas produk ( $X_1$ ).....	74
5.4.2. Analisis Data Variabel Distribusi ( $X_2$ ).....	76
5.4.3. Analisis Data Variabel Promosi ( $X_3$ ).....	77
5.4.4. Analisis Data Variabel Keputusan pembelian(Y).....	79
5.5. Analisis pengaruh kualitas produk, distribusi dan promosi terhadap keputusan pembelian dengan menggunakan regresi berganda dengan persamaan regresi : $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$ .....	79
Pengujian Model dan Hipotesis.....	80
5.5.1. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	81
5.5.2. Pengujian model menggunakan Uji F.....	81
5.5.3. Pengujian koefisien regresi menggunakan Uji t.....	81
5.6. Uji Asumsi Klasik.....	81
5.6.1. Uji Normalitas.....	84
5.6.2. Uji Multikolinearitas.....	86
5.6.3. Uji Heteroskedastisitas.....	86
5.7. Analisis Korelasi Antar Dimensi.....	88
5.8. Pembahasan hasil Penelitian : Pengaruh Kualitas	

Produk, distribusi dan promosi terhadap Keputusan pembelian.....	89
<b>BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
6.1. Kesimpulan.....	95
6.2. Saran.....	96
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	96
<b>LAMPIRAN.....</b>	100
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....</b>	

123



### DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Data Prasurvey yang di olah .....	5
Tabel 1.2. Keputusan pembelian.....	5
Tabel 1.3. Jumlah item produk Pelicin Pakaian yang di jual di kota Bekasi.....	6
Tabel 1.4. Perbandingan bauran promosi antara Rapika dan Kispray	
9	
Tabel 2.1. Tonggak-tonggak bersejarah Grup Wings	

15

Tabel 2.2. Pesaing utama Wings Group

16

Tabel 2.3. Persentase Penjualan Produk Kategori Pelicin Pakaian

13

Tabel 3.1. Penelitian Terdahulu Terkait Variabel Penelitian

42

Tabel 4.1. Definisi Operasional dan variabel

51

Tabel 4.2. Lokasi mall sebagai target penyebaran Questioner

53

Tabel 4.3. Matriks Korelasi Antar Dimensi

64

Tabel 4.4. Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi

65

Tabel 5.1. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk

67

Tabel 5.2. Hasil Uji Validitas Variabel Distribusi

67

Tabel 5.3. Hasil Uji Validitas Variabel Promosi

68

Tabel 5.4. Uji Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian

68

Tabel 5.5.	Uji	Reliabilitas	Variabel	Penelitian		
					69	
Tabel 5.6.	Rekap		Identitas		Responden	
					72	
Tabel 5.7.	Tanggapan Responden terhadap Pernyataan Pada Kualitas Produk					
					74	
Tabel 5.8.	Tanggapan Responden terhadap Pernyataan Pada Variabel				Distribusi	
					76	
Tabel 5.9.	Tanggapan Responden terhadap Pernyataan Pada Variabel				Promosi	
					78	
Tabel 5.10.	Tanggapan Responden terhadap Pernyataan Pada Dimensi					
					Keputusan pembelian..... 79	
Tabel 5.11.	Hasil Uji Normalitas .....					82
Tabel 5.12.	Hasil		Uji	Multikolinearitas		
					83	
Tabel 5.13.	Pengaruh Kualitas produk, Distribusi dan Promosi Terhadap					
			Keputusan		Pembelian	
					85	
Tabel 5.14.	Matriks	Korelasi		Antar	Dimensi	
					89	



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Saluran Distribusi Rapika dan Kispray .....	8
Gambar 2.1. Struktur organisasi di departemen penjualan dan pemasaran	
18	
Gambar 2.2. Langkah menganalisa persaingan	

22		
Gambar 3.1. Kerangka		berpikir
48		
Gambar 5.1. Uji	Normalitas	data
81		
Gambar 5.2. Uji		Heterokedastisitas
84		



## DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1. Penjualan So Klin Rapika di cabang Bekasi dibandingkan Penjualan So Klin Rapika secara Nasional 2010 – 2015	4
Grafik 5.1. Tanggapan Responden terhadap Pernyataan Pada Kualitas Produk	75
Grafik 5.2. Tanggapan Responden terhadap Pernyataan Pada Variabel Distribusi	77
Grafik 5.3. Tanggapan Responden terhadap Pernyataan Pada Variabel Promosi	78
Grafik 5.4. Tanggapan Responden terhadap Pernyataan Pada dimensi keputusan Pembelian.....	80



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Kuesioner		Penelitian
	112		
Lampiran 2.	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Pengujian Kualitas produk, distribusi, promosi dan keputusan pembelian ..... .....		
	115		
Lampiran 3.	Tabel identitas		Responden
	121		
Lampiran 4.	Uji Asumsi		Klasik
	123		
Lampiran 5.	Uji		Model
	125		
Lampiran 6.	Korelasi	Antar	Dimensi
	126		
Lampiran 7.	Tabel-r		
	129		
Lampiran 8.	Tabel-t		
	130		



Lampiran 9. Tabel-F

131

Lampiran 10. Tabulasi

responden

132

