



**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN IKLAN
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA
PRODUK EXTRA JOSS BLEND PT BINTANG
TOEDJOE JAKARTA**

TESIS

IMAM ARIFYANSA

55115110066

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2017**



**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN IKLAN
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA
PRODUK EXTRA JOSS BLEND PT BINTANG
TOEDJOE JAKARTA**

TESIS

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

UNIVERSITAS
IMAM ARIFYANSA
55115110066
MERCU BUANA

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2017**

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : **Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Extra Joss Blend PT Bintang Toedjoe Jakarta**

Bentuk Tesis : Penelitian/Kajian Masalah Perusahaan

Nama : Imam Arifiyansa

NIM : 55115110066

Program : Magister Manajemen

Tanggal : Maret 2017

Mengesahkan

Pembimbing



(Dr. Adi Nurmahdi, MBA)

Mengetahui
Direktur Program Pascasarjana

Mengetahui
Ketua Program Studi Magister Manajemen



(Prof. Dr. Didik J. Rachbini)



(Dr. Aty Herawati, M.Si.)

LEMBAR PERNYATAAN

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

Judul : **Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Extra Joss Blend PT Bintang Toedjoe Jakarta**

Bentuk Tesis : Penelitian/Kajian Masalah Perusahaan

Nama : Imam Arifiyansa

NIM : 55115110066

Program : Magister Manajemen

Tanggal : Maret 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, Maret 2017

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



5000
LIMA RIBU RUPIAH
Imam Arifiyansa

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur ke hadirat Allah SWT serta atas rahmat dan karunia-Nya pada penulis, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan Proposal Tesis yang berjudul: Pengaruh Citra Merek, Harga dan Iklan Terhadap Minat Beli pada Produk Extra Joss Blend PT Bintang Toedjoe Jakarta.

Proposal Tesis ini dibuat sebagai laporan awal sebelum melakukan penelitian Tesis yang merupakan salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen di Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta. Penulis menyadari bahwa proposal Tesis ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis menyampaikan terimakasih kepada semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung memberikan kontribusi dalam penyelesaian karya ilmiah ini. Secara khusus pada kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih kepada: Bapak Dr. Adi Nurmahdi, MBA., sebagai dosen pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan penulis selama penyusunan proposal penelitian Tesis ini. Penulis juga berterimakasih kepada Bapak Dr. Tri Mardjoko, MA., selaku penelaah pada Seminar Proposal, Bapak Dudi Permana, ST., MM., Ph.D, dan Ibu Dr. Mirza ST., MM., selaku penguji pada Ujian Tesis, Bapak Prof. Dr. Didik J. Rachbini Direktur Program Pascasarjana, beserta segenap jajarannya yang telah berupaya meningkatkan situasi kondusif di Fakultas.

Tak lupa penulis mengucapkan terimakasih kepada Kepala Program Studi Magister Manajemen Ibu Dr. Aty Herawati, M.Si. juga pada seluruh dosen dan staff administrasi Program Studi Magister Manajemen, termasuk rekan-rekan mahasiswa Magister Manajemen Mercubuana Menteng yang selalu memberikan bantuan sehingga penulis dapat menyelesaikan Proposal Tesis ini. Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih kepada kedua orang tua, yang dengan penuh kasih sayang dan kesabarannya selalu mendorong penulis untuk menjadi lebih baik dan lebih baik lagi. Kirannya hasil penulisan ini dapat diterima dan memberikan sumbangsih serta kontribusi dalam bidang manajemen khususnya manajemen pemasaran yang ada di Indonesia.

Imam Arifiyansa



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|---|----------------|
| ABSTRACT | i |
| ABSTRAK | ii |
| LEMBAR PERSETUJUAN | iii |
| LEMBAR PERNYATAAN | iv |
| KATA PENGANTAR | v |
| DAFTAR ISI | vii |
| DAFTAR TABEL | xi |
| DAFTAR GAMBAR | xii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiii |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| 1.1. Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2. Identifikasi, Perumusan Masalah..... | 10 |
| 1.2.1. Identifikasi Masalah | 10 |
| 1.2.2. Rumusan Masalah..... | 11 |
| 1.3. Tujuan Penelitian | 11 |
| 1.4. Manfaat Penelitian | 11 |
| BAB II DESKRIPSI PERUSAHAAN | |
| 2.1. Sejarah Perusahaan | 13 |
| 2.2. Lingkup dan Bidang Usaha | 15 |
| 2.3. Visi dan Misi Perusahaan | 16 |
| 2.4. Sumber Daya Perusahaan | 17 |
| 2.4.1. Sumber Daya Manusia..... | 17 |
| 2.4.2. Struktur Organisasi | 18 |
| 2.4.3. Lokasi Pabrik dan Cabang | 20 |
| 2.4.4. Manajemen Mutu..... | 22 |
| 2.5. Tantangan Bisnis | 23 |

| | |
|-----------------------------------|----|
| 2.6. Kegiatan Fungsi Bisnis | 24 |
|-----------------------------------|----|

BAB III KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

| | |
|---------------------------------------|----|
| 3.1. Kajian Teori | 26 |
| 3.1.1. Citra Merek | 26 |
| 3.1.1.1. Pengertian Merek | 26 |
| 3.1.1.2. Pengertian Citra Merek | 29 |
| 3.1.1.3. Komponen Citra Merek | 30 |
| 3.1.1.4. Manfaat Citra Merek | 34 |
| 3.1.1.5. Dimensi Citra Merek | 34 |
| 3.1.2. Harga | 39 |
| 3.1.2.1. Pengertian Harga | 39 |
| 3.1.2.2. Peranan Harga | 41 |
| 3.1.2.3. Penetapan Harga | 43 |
| 3.1.2.4. Penyesuaian Harga | 51 |
| 3.1.2.5. Dimensi Harga | 53 |
| 3.1.3. Iklan | 54 |
| 3.1.3.1. Pengertian Iklan | 54 |
| 3.1.3.2. Tujuan Iklan | 56 |
| 3.1.3.3. Jenis-Jenis Iklan | 58 |
| 3.1.3.4. Dimensi Iklan | 61 |
| 3.1.4. Minat Beli | 63 |
| 3.1.4.1. Pengertian Minat Beli | 63 |
| 3.1.4.2. Dimensi Minat Beli | 69 |
| 3.2. Hubungan Antar Variabel | 71 |
| 3.3. Penelitian Terdahulu | 75 |
| 3.4. Kerangka Pemikiran | 79 |
| 3.5. Hipotesis | 81 |

BAB IV METODOLOGI PENELITIAN

| | |
|------------------------------|----|
| 4.1. Desain Penelitian | 82 |
|------------------------------|----|

| | |
|--|-----|
| 4.2. Variabel Penelitian | 82 |
| 4.2.1. Definisi Operasional Variabel | 84 |
| 4.3. Populasi dan Sampel Penelitian..... | 90 |
| 4.3.1. Populasi | 90 |
| 4.3.2. Sampel | 90 |
| 4.4. Jenis dan Sumber Data | 91 |
| 4.5. Teknik Pengumpulan Data | 92 |
| 4.6. Teknik Analisis Data | 94 |
| 4.6.1. Uji Validitas..... | 94 |
| 4.6.2. Uji Reabilitas | 95 |
| 4.6.3. Uji Asumsi Klasik | 96 |
| 4.6.3.1. Uji Normalitas..... | 96 |
| 4.6.3.2. Uji Multikolinieritas..... | 97 |
| 4.6.3.3. Uji Heteroskedastisitas..... | 97 |
| 4.6.4. Uji Hipotesis | 98 |
| 4.6.4.1. Regresi Linier Berganda..... | 98 |
| 4.6.4.2. Uji Koefisien Determinasi (R^2) | 99 |
| 4.6.4.3. Uji Parsial (Uji t) | 100 |
| 4.6.4.4. Uji Simultan (Uji F) | 102 |
| 4.6.4.5. Analisis Korelasi Antar Dimensi..... | 102 |

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

| | |
|---|-----|
| 5.1. Hasil Penelitian..... | 105 |
| 5.1.1. Karakteristik Responden..... | 105 |
| 5.1.2. Analisis Deskriptif Variabel | 107 |
| 5.1.3. Uji Validitas..... | 111 |
| 5.1.4. Uji Reabilitas | 112 |
| 5.1.5. Uji Asumsi Klasik | 113 |
| 5.1.5.1. Uji Normalitas..... | 113 |
| 5.1.5.2. Uji Multikolinieritas..... | 114 |
| 5.1.5.3. Uji Heteroskedastisitas..... | 115 |

| | |
|--|----------------|
| 5.1.6. Uji Hipotesis | 116 |
| 5.1.6.1. Regresi Linier Berganda | 116 |
| 5.1.6.2. Uji Koefisien Determinasi (R ²) | 117 |
| 5.1.6.3. Uji t | 117 |
| 5.1.6.4. Uji F | 118 |
| 5.1.6.5. Uji Korelasi Antar Dimensi | 119 |
| 5.2. Pembahasan | 121 |
| BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN | |
| 6.1. Kesimpulan..... | 126 |
| 6.2. Saran | 127 |
| DAFTAR PUSTAKA | 131 |
| LAMPIRAN..... | 138 |
| RIWAYAT HIDUP PENULIS..... | 153 |



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

| | Halaman |
|--|----------------|
| Tabel 1.1 Brand Index Minuman Penambah Tenaga Non Cair Indonesia 2016 | 3 |
| Tabel 1.2 Harga Minuman Berenergi Serbuk <i>Top Brand</i> di Indonesia | 7 |
| Tabel 3.1 Profil Jenis Media Utama..... | 60 |
| Tabel 3.2 Keyakinan Pasar Secara Umum..... | 68 |
| Tabel 3.3 Penelitian Terdahulu | 75 |
| Tabel 4.1 Operasional Variabel Penelitian..... | 85 |
| Tabel 4.2 Skala Likert..... | 94 |
| Tabel 4.3 Korelasi Antar Dimensi | 103 |
| Tabel 5.1 Usia Responden..... | 105 |
| Tabel 5.2 Jenis Kelamin Responden | 105 |
| Tabel 5.3 Jurusan Responden..... | 105 |
| Tabel 5.4 Sumber Informasi Responden | 106 |
| Tabel 5.5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel dalam Kusioner..... | 107 |
| Tabel 5.6 Hasil Uji Validitas Variabel..... | 111 |
| Tabel 5.7 Hasil Uji Reabilitas Variabel | 112 |
| Tabel 5.8 Hasil Uji Multikolinieritas | 114 |
| Tabel 5.9 Hasil Regresi Linier Berganda, Uji Koefisien Determinasi (R^2), Uji F dan Uji t..... | 116 |
| Tabel 5.10 Hasil Analisa Korelasi Antar Dimensi..... | 119 |

DAFTAR GAMBAR

| | Halaman |
|---|----------------|
| Gambar 1.1 Data Penjualan Minuman Berenergi di Indonesia | 1 |
| Gambar 1.2 Data Penjualan Extra Joss Blend di Jakarta Tahun 2014-2016..... | 4 |
| Gambar 1.3 Data Hasil <i>Pra Survey</i> Pengaruh Citra Merek Extra Joss | 6 |
| Gambar 1.4 Data Hasil <i>Pra Survey</i> Harga Extra Joss Blend | 8 |
| Gambar 1.5 Data Hasil <i>Pra Survey</i> Iklan Extra Joss Blend..... | 9 |
| Gambar 2.1 Struktur Organisasi PT Bintang Toedjoe | 20 |
| Gambar 2.2 Proses Bisnis PT Bintang Toedjoe | 25 |
| Gambar 5.1 Data Normalitas <i>Probability Plot</i> | 113 |
| Gambar 5.2 <i>Scatterplot</i> Uji Heteroskedastisitas | 115 |



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

| | Halaman |
|--|----------------|
| Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian | 138 |
| Lampiran 2. Data Hasil Kuisisioner | 144 |
| Lampiran 3. Hasil Pengolahan Data SPSS 23..... | 147 |



UNIVERSITAS
MERCU BUANA