



**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN CAT TEMBOK MOWILEX PADA
PT MOWILEX INDONESIA DI JAKARTA**

TESIS

Nama : Lim Yosep Lemethius

NIM : 55111110255

**PASCA SARJANA
UNIVERSITAS MERCUBUANA
JAKARTA**

2013



**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN CAT TEMBOK MOWILEX PADA
PT MOWILEX INDONESIA DI JAKARTA**

TESIS

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Pascasarjana
Program Studi Magister Manajemen

Nama : Lim Yosep Lemethius

NIM : 55111110255

**PASCA SARJANA
UNIVERSITAS MERCUBUANA
JAKARTA
2013**

PENGESAHAN

Judul : **Pengaruh Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap
Keputusan Pembelian Cat Tembok Mowilex Pada
PT Mowilex Indonesia Di Jakarta**

Bentuk Tesis : Riset

Nama : Lim Yosep Lemethius

NIM : 55111110255

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Tanggal : Oktober 2013

Mengesahkan

UNIVERSITAS

Ketua Program Studi

Direktur Program Pascasarjana

Magister Manajemen

Dr. Augustina Kurniasih, ME

Prof. Dr. Didik J. Rachbini

Pembimbing Utama

Pembimbing II

Dr. Rina Astini, MM



Wawan Purwanto, SE MM

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

PERNYATAAN

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

Judul : **Pengaruh Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap
Keputusan Pembelian Cat Tembok Mowilex Pada
PT Mowilex Indonesia Di Jakarta**

Bentuk Tesis : Riset

Nama : Lim Yosep Lemethius

NIM : 55111110255

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Tanggal: Oktober 2013

Merupakan hasil studi riset, sebagai karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.

Tesis 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.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, Oktober 2013

Lim Yosep Lemethius



KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur ke Tuhan Yesus Kristus serta atas segala Rahmat dan karunia-Nya pada penulis, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tesis yang berjudul : **Pengaruh Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Cat Tembok Mowilex Pada PT Mowilex Indonesia Di Jakarta.**

Tesis ini ditulis dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelas Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen di Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta. Penulis menyadari bahwa Tesis ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis berterimakasih kepada :

1. Ibu Dr.Rina Astini SE MM, dan bapak Wawan Purwanto SE MM sebagai dosen pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan penulis selama penyusunan tesis ini dari awal hingga tesis ini dapat diselesaikan.
2. Bapak Wawan Purwanto SE MM dan bapak Prof.Dr.Ngadino Surip sebagai dosen penelaah proposal yang telah memberikan masukan dan saran sehingga penelitian ini menjadi lebih baik.
3. Bapak Prof.Dr.Didik J. Rachbini sebagai Direktur Program Pascasarjana dan Ibu Dr. Augustina Kurniasih, sebagai Ketua Program Studi serta seluruh dosen dan staf administrasi Prodi Magister Manajemen, termasuk rekan-rekan mahasiswa yang telah menaruh simpati dan bantuan sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini.
4. Bapak Jusri Sidik sebagai *Sales Marketing Director*, Bapak Ronald Kurniawan sebagai *General Manager Sales*, Bapak Ari Krismono sebagai *Head of Marketing*, Ibu Karnioni Yapar sebagai *Head National Sales Admin* PT Mowilex Indonesia yang telah memberikan ijin penelitian.

Penulis menyadari bahwa baik dalam pengungkapan, penyajian dan pemilihan kata kata maupun pembahasan tesis ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari semua pihak untuk perbaikan tesis ini. Semoga penulisan memberikan manfaat bagi semua pihak dan khususnya dalam pengembangan industri cat tembok ditanah air.

Jakarta, Oktober 2013

Lim Yosep Lemethius



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
PERNYATAAN.....	iv

KATA PENGANTAR.....	
v	
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi

BAB I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah	
1	
1.2. Identifikasi Masalah	8
1.3. Perumusan Masalah	9
1.4. Tujuan Penelitian	9
1.5. Manfaat Penelitian	10

BAB II. DESKRIPSI PERUSAHAAN

2.1. Sejarah Perusahaan	11
2.2. Struktur Organisasi Divisi Marketing	13
2.3. Perkembangan Bisnis	18
2.4. Proses Distribusi Pemasaran.....	20
2.5. Tantangan Bisnis.....	21

(Lanjutan DAFTAR ISI)

BAB III. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

3.1. Kajian Pustaka	22
3.2. Penelitian Terdahulu	69
3.3. Kerangka Pemikiran	71
3.4. Hipotesis	71

BAB IV. METODE PENELITIAN

4.1. Objek Penelitian	73
4.2. Metode Penelitian	73
4.3. Populasi & Sampling	78
4.4. Metode Analisis	81

BAB V. HASIL DAN ANALIS

5.1. Hasil Deskripsi responden	89
5.2. Analisa Data	93

BAB VI. KESIMPULAN & REKOMENDASI

6.1. Kesimpulan	109
6.2. Rekomendasi.....	110
DAFTAR PUSTAKA.....	112
LAMPIRAN	114
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	



DAFTAR TABEL

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

1. Tabel 1.1. Perbandingan Harga Cat.....	4
2. Tabel 1.2. Kegiatan Promosi Kompetitor dan PT Mowilex Indonesia.....	5
3. Tabel 1.3. Top Brand Index	6
4. Tabel 1.4. Tabel Penjualan All Categories wilayah DKI smt 1 2013.....	7
5. Tabel 3.1. Tipe – tipe Tingkah Laku Keputusan Pembelian	61
6. Tabel 3.2. Hasil Penelitian Terdahulu	69
7. Tabel 4.1. Operasionalisasi Variabel	75
8. Tabel 4.2. Korelasi Antar Dimensi	87
9. Tabel 5.1. Uji Validitas Persepsi Harga	94

10.	Tabel 5.2. Uji Validitas Promosi	95
11.	Tabel 5.3. Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	96
12.	Tabel 5.4. Uji Realibitas	97
13.	Tabel 5.5. Korelasi Variabel Bebas	98
14.	Tabel 5.6. Hasil Uji VIF	98
15.	Tabel 5.7. Hasil Uji Normalitas	100
16.	Tabel 5.8. Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	103
17.	Tabel 5.9. Hasil Uji F	104
18.	Tabel 5.10. Hasil Uji Pengaruh Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	105
19.	Tabel 5.11. Korelasi Antar Dimensi	106



DAFTAR GAMBAR

1.	Gambar 1.1. Grafik Penjualan All Categories wilayah DKI smt 1 2013... 7
2.	Gambar 2.1. Struktur Organisasi Sales & Marketing PT Mowilex Indonesia 14
3.	Gambar 2.2. Proses Distribusi Pemasaran PT Mowilex Indonesia..... 21
4.	Gambar 3.1. Model Perilaku Konsumen..... 55

5.	Gambar 3.2. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	57
6.	Gambar 3.3. Model Perilaku Pembeli Dalam Keputusan Pembelian.....	63
7.	Gambar 3.4. Gambar Kerangka Pemikiran	71
8.	Gambar 5.1. Grafik Jenis Kelamin Responden	90
9.	Gambar 5.2. Grafik Pendidikan Responden	91
10.	Gambar 5.3. Grafik Pekerjaan Responden	91
11.	Gambar 5.4. Grafik Lama Menjadi Konsumen	92
12.	Gambar 5.5. Grafik Pengeluaran Responden	93
13.	Gambar 5.6. Grafik Hasil Scatterplot Regresi	99
14.	Gambar 5.7. Grafik Histogram Normalitas data	101
15.	Gambar 5.8. Grafik P-Plot Normalitas	102



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

1.	Lampiran 1. Uji Validitas Variabel Persepsi Harga	114
2.	Lampiran 2. Uji Validitas Variabel Promosi	116
3.	Lampiran 3. Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	119
4.	Lampiran 4. Uji Realibitas	121
5.	Lampiran 5. Uji Normalitas	122
6.	Lampiran 6. Uji Regresi Berganda	123
7.	Lampiran 7. Uji Korelasi Antar Dimensi	126
8.	Lampiran 8. Form Kuesioner	128

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Perpustakaan Universitas Mercu Buana
Kampus B Menteng Gedung Tedja Buana
Jl. Menteng Raya No.29 Jakarta Pusat
Telp : 021-92983731

<http://mercubuana.ac.id>
<http://digilib.mercubuana.ac.id>