



**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PRODUK,  
CITRA MEREK, DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI  
KONSUMEN BAN ACHILLES DI JAKARTA SELATAN**

**TESIS**

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

**ENDRO ARIFIN**

**55112120195**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
PROGRAM PASCA SARJANA  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
2015**



**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PRODUK,  
CITRA MEREK DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI  
KONSUMEN BAN ACHILLES DI JAKARTA SELATAN**

**TESIS**

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

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

**ENDRO ARIFIN**

**55112120195**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
PROGRAM PASCA SARJANA  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
2015**

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Citra Merek dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Ban Achilles di Jakarta Selatan

Bentuk Tesis : Penelitian/ Kajian Masalah Perusahaan


Nama : Endro Arifin

NIM : 53112120195

Program : Magister Manajemen

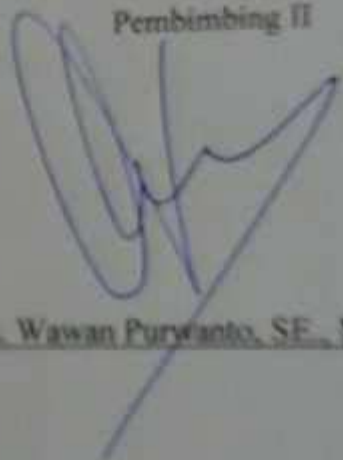
Tanggal : 6 Maret 2015

Pembimbing I



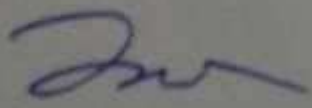
Dr. Achmad Fachrudji

Pembimbing II



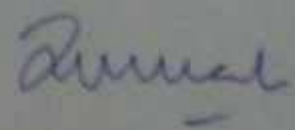
Drs. Wawan Purwanto, SE., MM

Direktur Program Pasca Sarjana



Prof. Dr. Didik J. Rachbini

Ketua Program Studi  
Magister Manajemen



Dr. Augustina Kurniasih, ME

## PERNYATAAN

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

Judul : Pengaruh Kepuasan Kerja dan Gaya Kepemimpinan Terhadap Produktivitas Karyawan Kantor Pusat PT Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967

Bentuk Tesis : Penelitian

Nama : Margarita Thessa Maida

NIM : 55112110167

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Tanggal : 2 Februari 2015

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan 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.

Jakarta, 2 Februari 2015



Margarita Thessa Maida

## KATA PENGANTAR

Puji syukur hanyalah untuk Allah SWT Tuhan semesta alam, yang karunia-Nya selalu dilimpahkan kepada kita semua. Atas rahmat Allah SWT, akhirnya penulis bisa menyelesaikan Tesis yang berjudul Pengaruh Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Citra Merek dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Ban Achilles di Jakarta. Tesis ini merupakan syarat untuk mencapai gelar Magister Manajemen pada program pasca sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana Jakarta.

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung hingga terselesainya Tesis ini. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak, Dr Arisetyanto Nugroho, MM selaku Rektor Universitas Mercu Buana Jakarta.
2. Bapak Prof. Dr. Didik J. Rachbini selaku direktur Program Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana Jakarta.
3. Ibu, Dr. Augustina Kurniasih., ME selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana Jakarta.
4. Bapak, Dr. Achmad Fachrodji. selaku dosen pembimbing satu dalam penelitian ini, terimakasih atas bimbingan dan arahnya
5. Bapak Wawan Purwanto, SE., MM, selaku dosen pembimbing dua dalam penelitian ini, terimakasih atas bimbingan dan arahnya
6. Seluruh dosen dan karyawan Universitas Mercu Buana Jakarta terima kasih atas pelayanan dan bantuanya kepada penulis

7. Bapak dan Ibu saya yang tercinta, terima kasih atas didikan, perhatian, dan kasih sayangnya kepada saya.
8. Istri tercinta Evi Fauziah dan Anakku tersayang Chesta dan Bilqis, yang selalu setia dan menyemangati dalam proses penyusunan tesis ini.
9. Bapak Pieter Tanuri dan Bapak Uthan A. Sadikin, dari PT. Multistrada, terima kasih atas kesempatan yang diberikan.
10. Rekan-rekan kerja di yang senantiasa membuat suasana jadi ramai terima kasih atas dukungan dan doa-doanya.
11. Teman-teman seperjuangan di Universitas Mercu Buana Jakarta terima kasih atas bantuan dan dukungannya
12. Seluruh pihak yang terkait yang penulis tidak dapat menyebutkan satu persatu yang dengan sengaja maupun tidak sengaja telah membantu terselesaikannya Tesis ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan Tesis ini masih belum sempurna. Namun penulis sudah berusaha menyusun Tesis ini dengan sebaik-baiknya.

Akhirnya penulis berharap semoga Tesis ini ada manfaatnya bagi penulis dan juga bagi pembaca dan dapat menambah pengetahuan .

Jakarta, 28 Februari 2015

Endro Arifin

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
ABSTRACT .....	iii
LEMBAR PENEGSAHAN.....	v
PERNYATAAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv

### BAB I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Identifikasi Masalah, perumusan, dan batasan Masalah .....	8
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	8
1.2.2 Rumusan Masalah.....	9
1.2.3 Batasan Masalah .....	10
1.3. Maksud dan Tujuan penelitian.....	10
1.3.1 Maksud Penelitian.....	10
1.3.2 Tujuan Penelitian .....	11
1.4. Manfaat dan kegunaan penelitian .....	11
1.4.1 Manfaat Penelitian .....	11
1.4.2 Kegunaan Penelitian.....	12

### BAB II. DESKRIPSI PERUSAHAAN

2.1. Sejarah Singkat perusahaan .....	13
2.2. Lingkup Bidang Usaha .....	15
2.3. Sumber Daya.....	19
2.4. Tantangan Pemasaran .....	22
2.5. Proses Bisnis di Perusahaan.....	23

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

3.1. Kajian Teori .....	27
3.1.1. <i>Perceived Quality</i> .....	27
3.1.2. <i>Brand Image</i> .....	31
3.1.3. <i>Promotion</i> .....	40
3.1.4. <i>Purchase Intention</i> .....	45
3.2. Penelitian Terdahulu .....	48
3.3. Kerangka pemikiran.....	51

3.4. Hipotesis .....	52
<b>BAB IV. METODOLOGI PENELITIAN</b>	
4.1. Jenis/Desain Penelitian .....	54
4.2. Variabel Penelitian.....	55
4.3. Populasi dan Sampel Penelitian.....	59
4.4. Jenis dan Sumber Data.....	61
4.5. Teknik Pengumpulan Data.....	62
4.6. Teknik Analisis Data .....	63
4.6.1. Uji Validitas .....	63
4.6.2. Uji Reliabilitas .....	64
4.6.3. Uji Asumsi Klasik.....	65
4.6.4. Uji Hipotesis .....	69
<b>BAB V. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
5.1. Karakteristik Responden .....	75
5.2. Uji Instrumen Penelitian.....	78
5.3. Uji Asumsi Klasik .....	87
5.4. Uji Hipotesis.....	91
5.5. Korelasi Antar Dimensi.....	99
5.6. Korelasi Antar Variabel .....	101
5.7. Pembahasan.....	102
<b>BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
6.1. Kesimpulan.....	108
6.2. Saran.....	109
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>111</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>114</b>
<b>Daftar Riwayat Hidup.....</b>	<b>143</b>



## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Penjualan Ban Merk Achilles di Indonesia Tahun 2009-2013 .....	2
Tabel 1.2 Penjualan Ban Achilles di Jakarta Tahun 2009 – 2014 .....	3
Tabel 1.3 Penjualan Ban Mobil di Jakarta Tahun 2012 – 2013 .....	3
Tabel 1.4 Penyebab Penurunan Penjualan Ban Di Jakarta .....	6
Tabel 1.5 Jumlah Komplain Pelanggan di Jakarta .....	6
Tabel 1.6 <i>Top Brand</i> Kategori Ban Mobil Tahun 2013 .....	8
Tabel 3.1 Penelitian Terdahulu yang Relevan .....	48
Tabel 4.1 Operasionalisasi Variabel .....	57
Tabel 4.2 Proporsi Jumlah Sampel di Toko Achilles.....	61
Tabel 4.3 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi .....	72
Tabel 4.4 Matrix Korelasi Antar Dimensi .....	74
Tabel 5.1 Jenis Kelamin Responden .....	75
Tabel 5.2 Usia Responden.....	76
Tabel 5.3 Pendidikan Responden.....	77
Tabel 5.4 Jenis Pekerjaan.....	77
Tabel 5.5 Uji Validitas Pada Variabel Minat Beli .....	80
Tabel 5.6 Uji Validitas Pada Variabel Persepsi Kualitas Produk .....	81
Tabel 5.7 Uji Validitas Pada Variabel Citra Merek .....	82
Tabel 5.8. Uji Validitas Pada Variabel Promosi .....	83
Tabel 5.9 Uji Reliabilitas Pada Variabel Minat Beli .....	84
Tabel 5.10 Uji Reliabilitas Pada Variabel Persepsi Kualitas .....	85
Tabel 5.11 Uji Reliabilitas Pada Variabel Citra Merek .....	85
Tabel 5.12 Uji Reliabilitas Pada Variabel Promosi .....	86
Tabel 5.13 Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov .....	88
Tabel 5.14 Uji Multikolinearitas .....	89
Tabel 5.15 Analisis Regresi Linier Berganda .....	92
Tabel 5.16 Nilai F hitung .....	94
Tabel 5.17 Nilai T Hitung .....	95
Tabel 5.18 <i>Model Summary</i> – Analisis Determinasi.....	97

Tabel 5.19 Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi.....	98
Tabel 5.20 Korelasi Antar Dimensi .....	99
Tabel 5.21 Korelasi Antar Variabel .....	101



U N I V E R S I T A S  
MERCU BUANA

## DAFTAR GAMBAR.

	Halaman
Gambar 1.1 Data Penjualan Mobil di Indonesia Tahun 2009 – 2013 .....	1
Gambar 2.1 Pertumbuhan Produksi PT. MASA Tahun 2004 – 2013.....	14
Gambar 2.2 Contoh Produk Ban Merek Achilles .....	17
Gambar 2.3 Proses Bisnis di PT. Multistrada Arah Sarana Tbk.....	23
Gambar 3.1 Kerangka Ekuitas Merek Berbasis Konsumen.....	37
Gambar 3.1 Kerangka Pemikiran .....	52
Gambar 5.1 Diagram Normal P-P Plot. ....	87
Gambar 5.2 Diagram Scatterplot Heteroskedastisitas.....	90



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I.	Tabel Nilai Nilai Distribusi t.....	114
Lampiran II.	Tabel Nilai Nilai Distribusi f .....	118
Lampiran III.	Tabel Distribusi Nilai r tabel. Signifikansi 5% dan 1% .....	122
Lampiran IV	Kuesioner Penelitian .....	124
Lampiran V	Data Statistik Dari SPSS 20.0.....	129
	V.1. Uji Validitas Variabel Minat Beli .....	129
	V.2. Uji Validitas Persepsi Kualitas Produk .....	130
	V.3. Uji Validitas Citra Merek .....	131
	V.4. Uji Validitas Variabel Promosi .....	133
	V.5. Uji Reabilitas Variabel Persepsi Minat Beli .....	135
	V.6. Uji Reabilitas Variabel Persepsi Kualitas Produk .....	135
	V.7. Uji Reliabilitas Variabel Citra Merek .....	136
	V.8. Uji Reliabilitas Variabel Promosi .....	137
	V.9. Uji Normalitas .....	138
	V.10. Uji Multikolinearitas .....	139
	V.11. Uji Heteroskedastisitas .....	139
	V.12. Analisis Regresi Linier .....	140
	V.13 Korelasi Antar Variabel Dan Korelasi Antar Dimensi.....	141

U N I V E R S I T A S  
MERCU BUANA