



**ANALISIS KUALITAS PRODUK, HARGA, DISTRIBUSI DAN
PENJUALAN PRIBADI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK LOGAM BATANGAN KUNINGAN STUDI KASUS UD.
METALINDO ABADI DI JABODETABEK**

TESIS

OLEH :

MELVIN

55114110012

**SEKOLAH PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
UNIVERSITAS MERCU BUANA – JAKARTA
2016**

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Analisa kualitas, harga, dan distribusi produk serta penjualan pribadi terhadap keputusan pembelian produk logam batangan kuningan studi kasus UD. Metalindo Abadi

Bentuk Tesis : Penelitian

Nama : Melvin

NIM : 55114110012

Tanggal : 8 Mei 2016

Mengesahkan

Pembimbing I,



(Prof. Dr. Didik J. Rachbini)

Pembimbing II,



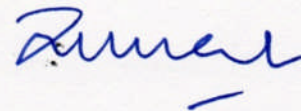
(Endi Rekarti, SE. ME)

Direktur Program Pascasarjana



(Prof. Dr. Didik J. Rachbini)

Ketua Program Pascasarjana



(Dr. Augustina Kurniasih, M.E.)

LEMBAR PERNYATAAN

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

Judul : Analisa kualitas, harga, dan distribusi produk serta penjualan pribadi terhadap keputusan pembelian produk logam batangan kuningan studi kasus UD. Metalindo Abadi

Bentuk Tesis : Penelitian

Nama : Melvin

NIM : 55114110012

Tanggal : 8 Mei 2016

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 pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya



KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan atas segala karunia dan berkatNya yang melimpah kepada penulis sehingga tesis dengan judul “Analisa kualitas, harga, dan distribusi produk serta penjualan pribadi terhadap keputusan pembelian produk logam batangan kuningan studi kasus UD. Metalindo Abadi” ini dapat diselesaikan sebelum batas akhir.

Tesis ini disusun sebagai karya akhir studi dan memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen (MM) dalam bidang pemasaran pada program Magister Manajemen Universitas Mercu Buana. Pada kesempatan ini, dengan penuh kerendahan hati penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada yang terhormat;

1. Prof. Didik. J. Rachbini, selaku Direktur Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana sebagai dosen pembimbing utama penulis yang di dalam berbagai kesibukan dapat menyempatkan diri membimbing dan mengarahkan serta memberi petunjuk dan saran yang berharga bagi penulisan tesis ini.
2. Endi Rekarti, selaku pembimbing kedua tesis penulis yang telah menyempatkan diri di dalam berbagai kesibukan untuk membimbing dan mengarahkan penulis dan memberi petunjuk dan saran yang sangat berharga bagi penulisan tesis ini.
3. Dr. Moch. Mukti Ali, MM selaku Direktur Marketing Universitas Mercu Buana yang telah memberikan masukan, arahan, serta dorongan semangat yang sangat membantu penulis menyelesaikan tesis ini dan banyak membantu penulis selama mengikuti perkuliahan.
4. Segenap jajaran manajemen UD. Metalindo Abadi yang telah mendukung dan memperbolehkan penulis untuk mendapatkan data dan melakukan pengamatan terhadap kinerja penjualan perusahaan.
5. Kedua orang tua beserta istri dan anak kami yang telah memberikan semangat kepada penulis dan mengorbankan waktu mereka untuk memberi kesempatan penulis untuk belajar serta menyusun dan menyelesaikan tesis ini.

Dengan keterbatasan pengalaman, pengetahuan maupun pustaka yang ditinjau, penulis menyadari bahwa tesis ini masih memiliki banyak kekurangan dan perlu pengembangan lebih lanjut agar dapat menjadi manfaat bagi masyarakat umum dan perkembangan ilmu pengetahuan. Penulis membuka diri terhadap kritik dan saran agar tesis ini menjadi lebih sempurna dan sebagai masukan untuk penelitian lanjutan dimasa yang akan datang.

Jakarta, 4 Mei 2016

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
<u>ABSTRACT</u>	i
<u>ABSTRAK</u>	ii
<u>LEMBAR PENGESAHAN</u>	iii
<u>LEMBAR PERNYATAAN</u>	iv
<u>KATA PENGANTAR</u>	v
<u>DAFTAR ISI</u>	vi
<u>DAFTAR TABEL</u>	viii
<u>DAFTAR GAMBAR</u>	x
<u>DAFTAR LAMPIRAN</u>	xi
BAB I. PENDAHULUAN	10
1.1. Latar Belakang.....	10
1.2. Identifikasi, Perumusan, dan Batasan Masalah.....	14
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian.....	16
1.4. Manfaat Penelitian dan Kegunaan Penelitian.....	17
BAB II. DESKRIPSI PERUSAHAAN	19
2.1. Sejarah Singkat Perusahaan.....	19
2.2. Lingkup Bidang Usaha.....	20
2.3. Sumber daya Pemasaran.....	22
2.4. Tantangan Bisnis Perusahaan Divisi Pemasaran.....	27
2.5. Proses Fungsi Bisnis Pemasaran.....	27
BAB III. KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	29
3.1. Teori.....	30
3.2. Penelitian Terdahulu.....	66
3.3. Rerangka Pemikiran.....	75
3.4. Hipotesis.....	76
BAB IV. METODE PENELITIAN	78
4.1. Desain Penelitian.....	78
4.2. Variabel Penelitian dan Pengukuran Variabel.....	79

4.3. Data dan Metode Pengumpulan Data.....	84
4.4. Populasi dan Metode Sampling.....	84
4.5. Metode Analisis Data.....	84
BAB V. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	99
5.1. Hasil Penelitian	100
BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN	136
6.1. Kesimpulan	136
6.2. Saran.....	138
DAFTAR PUSTAKA	142
LAMPIRAN.....	149
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	150

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1. Tabel Harga Produk MA dan Kompetitor	10
Tabel 3.2. Matriks Penelitian Terdahulu	62
Tabel 4.1. Variabel dan Dimensi Penelitian	81
Tabel 4.2. Profil Responden	88
Tabel 4.3. Matrix Korelasi Dimensi Antar Variabel	94
Tabel 5.1.1. Distribusi Responden Berdasarkan Spesifikasi Produk	100
Tabel 5.1.2. Distribusi Responden Berdasarkan Reliabilitas Produk	101
Tabel 5.1.3. Distribusi Responden Berdasarkan Kesan Kualitas Produk	102
Tabel 5.1.4. Distribusi Responden Berdasarkan Harga Terdaftar	103
Tabel 5.1.5. Distribusi Responden Berdasarkan Potongan Harga Khusus	104
Tabel 5.1.6. Distribusi Responden Berdasarkan Periode Pembayaran	105
Tabel 5.1.7. Distribusi Responden Berdasarkan Saluran Pemasaran	106
Tabel 5.1.8. Distribusi Responden Berdasarkan Persediaan Produk	107
Tabel 5.1.9. Distribusi Responden Berdasarkan Transportasi Produk	108
Tabel 5.1.11. Distribusi Responden Berdasarkan Negoisasi	110
Tabel 5.1.12. Distribusi Responden Berdasarkan Hubungan Pemasar	111
Tabel 5.1.13. Distribusi Responden Berdasarkan Pemilihan Produk	112
Tabel 5.1.14. Distribusi Responden Berdasarkan Waktu Pembelian	113
Tabel 5.1.15. Distribusi Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian	114
Tabel 5.2. Hasil Uji Reliability Statistics	115
Tabel 5.3. Hasil Uji Item Statistics	116
Tabel 5.4. Hasil Uji Test of Normality	117
Tabel 5.5. Hasil Uji Coefficients	118
Tabel 5.6.1. Hasil Uji Variabel Keputusan Pembelian dan Kualitas Produk	119
Tabel 5.6.2. Hasil Uji Variabel Keputusan Pembelian dan Harga	120
Tabel 5.6.3. Hasil Uji Variabel Keputusan pembelian dan Saluran Distribusi	121
Tabel 5.6.4. Hasil Uji Variabel Keputusan Pembelian dan Penjualan Pribadi	122
Tabel 5.9.4. Hasil Uji Koefisien Korelasi	130
Tabel 5.10.1. Matrix Korelasi Dimensi Antar Variabel	136
Tabel 5.11.1. Analisis Regresi Linear	138

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1.1. Target dan Total Penjualan Tahun 2010-2014	10
Gambar 1.2. Pembelian Bahan Baku Batangan Kuningan	11
Gambar 1.3. Harga Produk MA dan Kompetitor Lain	14
Gambar 2.1. Tolok Ukur Perkembangan Perusahaan	19
Gambar 2.2. Penjualan, Target, dan Konsumsi Produk Batangan Kuningan	20
Gambar 2.3. Keluhan dan Komplain Pelanggan UD. MA	21
Gambar 2.5.1. Struktur Organisasi Perusahaan	24
Gambar 2.5.2. Komposisi Sumber Daya Manusia UD. MA	25
Gambar 2.6.1. Alur Proses Produksi Logam Batangan Kuningan	24
Gambar 2.7. Alur Proses Fungsi Pemasaran	27
Gambar 4.1. Rerangka Pemikiran	75
Gambar 5.4.1. Hasil Uji Scatterplot	118

DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

Lampiran 1 Data Kuisisioner	149
Lampiran 2 Daftar Riwayat Hidup	150