



**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS
PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRIVATE LABEL ALFAMART
WILAYAH KOTA TANGERANG**



UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Oleh :
LIE LIANA
55113110019

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2016**



**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS
PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRIVATE LABEL ALFAMART
WILAYAH KOTA TANGERANG**

TESIS

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

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Oleh :
LIE LIANA
55113110019

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2016**

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Private Label Alfamart

Bentuk Tesis : Penelitian Lapangan

Nama : Lie Liana

NIM : 55113110019

Program : Pascasarjana Program Studi Magister Manajemen

Tanggal : 27 Februari 2016

Mengesahkan
Pembimbing Utama

R. Astini

(Dr. Rina Astini, MM)

Direktur Program Pascasarjana

Ketua Program Studi Magister Manajemen

(Prof. Dr. Didik. J. Rachbini)

(Dr. Augustina Kurniasih, ME)

PERNYATAAN

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

Judul : Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Private Label Alfamart

Bentuk Tesis : Penelitian Lapangan

Nama : Lie Liana

NIM : 55113110019

Program : Pascasarjana Program Studi Magister Manajemen

Tanggal : 15 Januari 2016

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan dan sebagai karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan 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.

Jakarta, 15 Januari 2016



Lie Liana

KATA PENGANTAR

Dengan memanajatkan puji dan syukur kehadiran Tuhan YME atas segala rahmat dan karunia-Nya, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tesis yang berjudul : Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Private Label Alfamart di wilayah Kota Tangerang. Tesis ini ditulis dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen di Program Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana Jakarta. Penulis menyadari bahwa Tesis ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis berterimakasih kepada semua pihak yang secara langsung dan tidak langsung memberikan kontribusi dalam penyelesaian Tesis ini. Secara khusus pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Dr. Rina Astini, MM. Sebagai dosen Pembimbing Utama yang telah membimbing dan mengarahkan penulis selama penyusunan Tesis ini dari awal hingga Tesis ini dapat diselesaikan.
2. Prof. Dr. Didik J. Rachbini Selaku Direktur Program Pasca sarjana, beserta segenap jajarannya yang telah berupaya meningkatkan situasi kondusif di fakultas.
3. Dr. Augustina Kurniasih, ME. Selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen
4. Seluruh dosen dan staff administrasi Prodi Magister Manajemen, termasuk rekan-rekan mahasiswa yang telah menaruh simpati dan bantuan sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis ini.
5. Orang tua, adik dan kakak tercinta, serta anakku tersayang Marco dan Nikita yang dengan penuh kasih sayang dan kesabarannya mendorong penulis untuk menyelesaikan Tesis ini.

6. Bapak Herman Widjaja, MD Private Label Manager Alfamart yang telah memberikan masukan dan dukungan kepada penulis dalam proses penyebaran kuesioner di toko-toko Alfamart wilayah Kota Tangerang.

Kiranya hasil penulisan Tesis ini dapat memberi sumbangsih dalam masalah Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Private Label Alfamart.

Penulis

Lie Liana



DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix

BAB I. PENDAHULUAN MERCU BUANA

1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi dan Rumusan Masalah	15
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian	16
1.4. Manfaat dan Kegunaan Penelitian	17

BAB II. DESKRIPSI PERUSAHAAN

2.1. Sejarah Perusahaan	18
2.2. Lingkup Bidang Usaha	20
2.3. Sumber Daya	21

2.4. Tantangan Bisnis	24
2.5. Proses Bisnis	24

BAB III. KAJIAN PUSTAKA,KERANGKA PEMIKIRAN

DAN HIPOTESIS

3.1. Kajian Pustaka.....	31
3.1.1. Marketing.....	31
3.1.2. Marketing Mix.....	33
3.1.3. Harga.....	36
3.1.4. Produk	50
3.1.5. Promosi.....	55
3.1.6. Merek.....	66
3.1.7. Private Label Strategy.....	69
3.1.8. Keputusan Pembelian	71
` 3.1.9. Hubungan Persepsi Harga dengan Keputusan Pembelian....	77
3.1.10. Hubungan Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian...	80
3.1.11. Hubungan Promosi dengan Keputusan Pembelian.....	82
3.2 Penelitian Terdahulu.....	85
3.3. Kerangka Pemikiran	91
3.4. Hipotesis Penelitian	96

BAB IV. METODE PENELITIAN

4.1. Desain Penelitian	97
------------------------------	----

4.2. Variabel Penelitian.....	98
4.3. Definisi Operasional.....	100
4.4. Populasi dan Sampel Penelitian.....	103
4.5. Jenis dan Sumber data.....	107
4.6. Teknik Pengumpulan Data.....	107
4.7. Metode Analisis Data.....	108

BAB V. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	120
5.2. Analisis Deskriptif Variabel	125
5.3. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	128
5.4. Uji Asumsi Klasik.....	130
5.5. Uji Hipotesis	139
5.6. Pembahasan Hasil Penelitian	149
5.7. Implikasi Hasil Penelitian Pada Perusahaan.....	153

BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan	154
6.2. Saran	155

DAFTAR PUSTAKA	158
LAMPIRAN	163
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	187



