



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN  
PENJUALAN PERSONAL TERHADAP CITRA MEREK  
SERTA IMPLIKASINYA TERHADAP KEPUTUSAN  
PELANGGAN MEMILIH SEBIVO  
PADA TERAPI HEPATITIS B KRONIS DI JAKARTA UTARA**

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA  
TESIS

**IBNU SUBROTO  
55112120210**

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN  
PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
2015**



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN  
PENJUALAN PERSONAL TERHADAP CITRA MEREK  
SERTA IMPLIKASINYA TERHADAP KEPUTUSAN  
PELANGGAN MEMILIH SEBIVO  
PADA TERAPI HEPATITIS B KRONIS DI JAKARTA UTARA**

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

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA  
TESIS

**IBNU SUBROTO  
55112120210**

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN  
PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
2015**

## PENGESAHAN

Judul : **Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Penjualan Personal terhadap Citra Merek serta Implikasinya terhadap Keputusan Pelanggan Memilih Sebivo pada Terapi Hepatitis B Kronis di Jakarta Utara**

Bentuk Tesis : Riset Bisnis

Nama : Ibnu Subroto

NIM : 55112120210

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 9 Maret 2015

**Pembimbing Utama**



**Ir. Har Adi Basri, M.Ec, Ph.D**

**Direktur Pascasarjana**



**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 Kualitas Produk, Harga, dan Penjualan Personal terhadap Citra Merek serta Implikasinya terhadap Keputusan Pelanggan Memilih Sebivo pada Terapi Hepatitis B Kronis di Jakarta Utara**

Bentuk Tesis : Riset Bisnis

Nama : Ibnu Subroto

NIM : 55112120210

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 24 Februari 2015

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua 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, 24 Februari 2015



Ibnu Subroto

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur ke hadirat Allah SWT serta atas segala rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tesis dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen.

Secara khusus penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ir. Har Adi Basri, M.Ec, Ph.D sebagai dosen pembimbing yang penuh dedikasi, disiplin, dan motivasi yang tinggi telah membimbing dan mengarahkan penulis selama penyusunan Tesis dari awal hingga dapat diselesaikan.
2. Muchsin Saggaf Shihab, M.Sc, MBA, Ph.D, selaku Penguji kedua yang telah memberikan banyak masukan untuk perbaikan Tesis.
3. Dr. Augustina Kurniasih, ME selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana dan Penguji Utama, atas masukan dan informasinya yang berharga.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh dosen dan staf administrasi Prodi Magister Manajemen dalam memberikan pelayan administrasi penulisan Tesis ini. Akhirnya penulis mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua, istri, dan kedua anak penulis Haura dan Karim. Kiranya hasil penulisan ini dapat memberi sumbangsih ide dalam hal pemasaran suatu produk oleh suatu perusahaan.

Jakarta, Februari 2015

Penulis

Ibnu Subroto



## DAFTAR ISI

<b>ABSTRACT</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRACK</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xi</b>
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Identifikasi Masalah .....	9
1.3. Rumusan Masalah .....	9
1.4. Batasan Masalah .....	10
1.5. Maksud dan Tujuan Penelitian .....	10
1.4. Manfaat dan Kegunaan Penelitian .....	12
<b>BAB II. DESKRIPSI PT. NOVARTIS INDONESIA</b>	
2.1. Sejarah Singkat PT. Novartis Indonesia .....	14
2.2. Struktur Organisasi PT. Novartis Indonesia .....	16
2.3. Lingkup Bidang Usaha PT. Novartis Indonesia .....	17
2.4. Tantangan Bisnis PT. Novartis Indonesia .....	17
2.5. Proses Bisnis PT. Novartis Indonesia .....	19

<b>BAB III.</b>	<b>KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b>	
	3.1. Kualitas Produk .....	21
	3.2. Harga .....	30
	3.3. Penjualan Personal .....	37
	3.4. Citra Merek.....	39
	3.5. Keputusan Pelanggan .....	54
	3.6. Penelitian Terdahulu .....	59
	3.7. Kerangka Pemikiran .....	64
	3.8. Hipotesis .....	66
<b>BAB IV.</b>	<b>METODE PENELITIAN</b>	
	4.1. Design Penelitian .....	67
	4.2. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel ..	67
	4.3. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data .....	75
	4.4. Populasi dan Sample Penelitian .....	77
	4.5. Metode Analisis Data .....	78
<b>BAB V.</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
	5.1. Karakteristik Responden .....	88
	5.2. Analisis Deskriptif Variabel.....	91
	5.3. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	93
	5.4. Uji Asumsi Klasik .....	96
	5.5. Hasil Uji Hipotesis .....	99
	5.6. Hasil Perhitungan Analisis Jalur Model 1 dan 2 .....	108
	5.7. Analisa Korelasi Antar Dimensi .....	110
	5.8. Pembahasan Hasil Penelitian .....	113

<b>BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
6.1. Kesimpulan .....	116
6.2. Saran .....	118
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>120</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>125</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>141</b>



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.	Kondisi Pasar Sebivo per November 2014 .....	5
Tabel 1.2.	Harga Produk Hepatitis B Kronis .....	7
Tabel 3.1.	Matrik Review Penelitian Sebelumnya .....	59
Tabel 4.1	Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	70
Tabel 4.2	Matriks Korelasi Dimensi Antar Variabel .....	74
Tabel 5.1.	Karakter Responden .....	88
Tabel 5.2.	Deskripsi Statistik Responden .....	91
Tabel 5.3.	Uji Validitas .....	95
Tabel 5.4.	Uji Reliabilitas .....	96
Tabel 5.5.	Uji Kolmogorov-Smirnov .....	98
Tabel 5.6.	Uji t Jalur Model 1 .....	100
Tabel 5.7.	Uji F Jalur Model 1 .....	102
Tabel 5.8.	Koefisien Determinasi R Square Model Jalur 1 .....	103
Tabel 5.9.	Hasil Uji Statistik t Jalur Model 2 .....	104
Tabel 5.10.	Uji Simultan Jalur Model 2 .....	106
Tabel 5.11.	Koefisien Determinasi R Square Model Jalur 2 .....	106
Tabel 5.12	Rekapitulasi Komposisi Koefisien Jalur Model 1 dan 2 ..	108
Tabel 5.13	Matrik Korelasi Antar Dimensi .....	112

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Produk-Produk PT. Novartis Indonesia .....	125
Lampiran 2	Kuesioner (Sebelum Uji Validitas) .....	126
Lampiran 3	Realiabilias Kualitas Produk .....	131
Lampiran 4	Reliabilitas Harga .....	132
Lampiran 5	Reliabilitas Penjualan Personal .....	133
Lampiran 6	Reliabilitas Citra Mrerek .....	134
Lampiran 7	Realiabilitas Keputusan Pelanggan .....	135
Lampiran 8	Deskripsi Data .....	136
Lampiran 9	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test .....	136
Lampiran 10	Regressi Variabel .....	136
Lampiran 11	Korelasi Antar Dimensi .....	139



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Struktur Organisasi Perusahaan.....	16
Gambar 3.1 Keputusan Pembelian Model Kotler .....	58
Gambar 3.2 Kerangka Pemikiran .....	65
Gambar 4.1 Daerah Penerimaan Dan Penolakan $H_0$ .....	83
Gambar 4.2 Uji Simultan (Uji F) .....	84
Gambar 5.1 Grafik Histogram Residu .....	97
Gambar 5.2 Hasil Uji Normalitas P-Plot Residu .....	97
Gambar 5.3 Hasil Uji Heteroskedasitas Scatterplot .....	98
Gambar 5.4 Kausal Empiris Antar Jalur .....	107

