



**ANALISIS PENGARUH ATRIBUT PRODUK, HARGA,
PROMOSI, DAN SALURAN DISTRIBUSI TERHADAP
PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN CNI *GINSENG*
COFFEE OLEH KONSUMEN**

(Survei terhadap konsumen di CNI Cabang Pekanbaru)

TESIS

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Oleh

Muhammad Rifai

NIM : 55109120106

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



**ANALISIS PENGARUH ATRIBUT PRODUK, HARGA,
PROMOSI, DAN SALURAN DISTRIBUSI TERHADAP
PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN CNI *GINSENG*
COFFEE OLEH KONSUMEN**

(Survei terhadap konsumen di CNI Cabang Pekanbaru)

TESIS

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Pascasarjana

Program Studi *Magister Management*

MERCU BUANA

Oleh :

Muhammad Rifai
NIM : 55109120106

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

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini benar:

Judul : Pengaruh Atribut Produk, Harga, Promosi, Dan Saluran Distribusi Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian *CNI Coffee Ginseng* oleh Konsumen di Cabang CNI Pekanbaru.

Bentuk Tesis : Penelitian Kuantitatif

Nama : Muhammad Rifai

Nim : 55109120106

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 31 Januari 2015

Merupakan hasil studi Muhammad Rifai, sebagai 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.

Jakarta, 31 Januari 2015



(Muhammad Rifai S.I.Kom)

PENGESAHAN

Judul : **Pengaruh Atribut Produk, Harga, Promosi, Dan Saluran Distribusi Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian CNI Coffee Ginseng oleh Konsumen di Cabang CNI Pekanbaru.**

Bentuk Karya Akhir : Riset Bisnis

Nama : Muhammad Rifai

Nim : 55109120106

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 31 Januari 2015

Pembimbing Utama



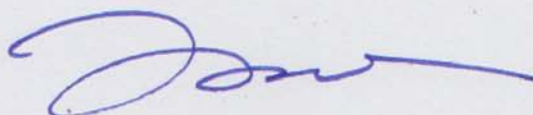
Prof. Dr. Didik J. Rachbini

UNIVERSITAS

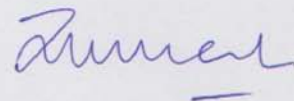
MERCU BUANA

Direktur Program Pascasarjana

Ketua Program Studi



Prof. Dr. Didik J. Rachbini



Dr. Augustina Kurniasih, ME

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillah, puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karuniaNya, sehingga peneliti bisa mengalami pengalaman yang sangat berharga. Sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program studi Magister Manajemen di Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta.

Shalawat serta salam peneliti sanjungkan kepada Baginda Nabi Besar Muhammad SAW yang telah membukakan pintu ilmu yang terang dengan sebuah Hadistnya, yaitu : "Tuntutlah Ilmu dari buaian sampai ke liang lahat".

Dalam penyusunan, peneliti menyadari dengan sepenuh hati bahwa tesis ini tidak luput dari kesalahan dan kekurangan, baik dari segi isi maupun cara penulisannya, karena keterbatasan ilmu pengetahuan dan kemampuan yang penulis miliki. Oleh karena itu dengan kerendahan hati, peneliti mengharapkan kritik serta saran yang membangun. Peneliti juga berharap agar tesis ini dapat bermanfaat khususnya bagi peneliti sendiri dan bagi pihak yang berkepentingan pada umumnya.

Peneliti juga mengucapkan rasa hormat dan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan bimbingan dan bantuan sehingga selesainya tesis ini, terutama kepada: Bapak Prof. Dr. Didik J. Rachbini selaku dosen pembimbing sekaligus Direktur Program Pascasarjana, yang telah dengan sabar membimbing & mengarahkan penulis selama penyusunan Tesis ini dari awal hingga akhir.

Terima kasih untuk Ibu Dr. Agustina Kurniasih, ME selaku Kaprodi MM UMB. Kemudian penulis juga berterima-kasih kepada Prof. Ngadino selaku dosen penguji pada Seminar Proposal. Penulis juga berterima kasih kepada Bapak Dr. Achmad Fachrodji, MM yang telah menguji dalam sidang tesis penulis secara mendalam, serta Bapak Priyono, SE, ME selaku yang telah menjadi ketua sidang dengan sangat bijaksana

Tak lupa penulis menyampaikan terima kasih kepada seluruh dosen dan staf administrasi Prodi Magister Manajemen, termasuk rekan-rekan mahasiswa yang ikut memberikan dukungan hingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini. Lalu terima kasih untuk pihak PT.CNI yang memberikan bantuan serta masukan Tesis ini. Terima kasih penulis ucapkan juga kepada Ibunda tercinta Hj.Muhinah, yang dengan penuh kasih sayang dan kesabarannya mendorong penulis untuk menyelesaikan karya ilmiah ini. Dan yang terakhir terima kasih untuk isteri tercinta Widya Kartikasari yang telah memberikan dua orang jagoan bagi penulis selama studi ini, sehingga mereka bertiga menjadi motivasi dan dorongan terbesar bagi peneliti untuk tetap sabar dan semangat menyelesaikan karya ilmiah ini.

Akhir kata saya berharap semoga Allah melimpahkan segala Rakhmat-Nya kepada semua pihak yang telah membantu dan saya berharap agar Tesis ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Jakarta, 31 Januari 2015

Muhammad Rifai

DAFTAR ISI

Halaman

ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Perumusan dan Batasan Masalah	12
1.2.1. Identifikasi Masalah.....	12
1.2.2. Identifikasi Masalah.....	13
1.3. Batasan Penelitian.....	14
1.4. Tujuan Penelitian	14
1.5. Manfaat Penelitian	15
1.5.1. Akademis	15
1.5.2. Praktis	15

BAB II DESKRIPSI PERUSAHAAN

2.1. Sejarah Perusahaan.....	17
2.2. Lingkup Bidang Usaha.....	18
2.3. Sumber Daya.....	19
2.4. Tantangan Bisnis.....	20
2.5. Kegiatan Fungsi Bisnis Sales & Distribution Division..	21

BAB III KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

3.1.	Pemasaran.....	23
3.1.1.	Definisi Pemasaran.....	23
3.1.2.	Bauran Pemasaran	24
3.2.	Atribut Produk	24
3.2.1	Tingkatan Produk	24
3.2.2	Klasifikasi Produk	27
3.3.	Harga	31
3.3.1	Harga Referensi	31
3.3.2	Asumsi Harga – Kualitas	33
3.3.3	Strategi Penyesuaian Harga	36
3.4.	Promosi.....	38
3.4.1	Bentuk-Bentuk Promosi.....	38
3.4.2	Strategi Promosi	40
3.4.3	Promosi Penjualan	41
3.4.4	Fungsi Promosi Penjualan.....	42
3.5.	Saluran Distribusi.....	43
3.6.	Keputusan Pembelian	46
3.6.1.	Peran dalam Keputusan Pembelian Konsumen..	51
3.7	Hubungan Antar Konsep	53
3.7.1	Hubungan Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian	53
3.7.2	Hubungan Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	54
3.7.3	Hubungan Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	55
3.7.4	Hubungan Saluran Distribusi terhadap Keputusan Pembelian	56
3.8.	Penelitian Terdahulu	58

3.9.	Kerangka Pemikiran.....	60
3.10.	Hipotesis.....	61

BAB IV METODOLOGI PENELITIAN

4.1.	Jenis Desain Penelitian.....	64
4.1.1.	Pendekatan Penelitian.....	64
4.1.1.	Ciri-ciri Riset Kuantitatif.....	65
4.1.2.	Jenis Penelitian.....	66
4.2.	Objek Penelitian.....	66
4.2.1.	Lokasi Penelitian.....	67
4.2.1.	Lokasi Penelitian.....	67
4.3.	Variabel Penelitian.....	68
4.3.1.	Definisi Konsep.....	68
4.3.2.	Operasionalisasi Konsep.....	75
4.4.	Populasi dan Sample.....	76
4.4.1.	Populasi.....	76
4.4.2.	Sample.....	77
4.5.	Metode Pengumpulan Data.....	79
4.5.1.	Data Primer.....	79
4.5.2.	Data Sekunder.....	79
4.6.	Teknik Analisis Data.....	80
4.6.1.	Uji Validitas.....	80
4.6.2.	Uji Reliabilitas.....	83
4.6.3.	Analisis Uji Klasik Data.....	84
4.6.4.	Uji F.....	85
4.6.5.	Analisis Korelasi.....	85
4.6.6.	Analisis Regresi.....	89
4.6.7.	Uji T.....	91

	4.6.6. Teknik Pengolahan Data	91
	4.7. Kelemahan dan Keterbatasan Penelitian	91
BAB V	HASIL DAN ANALISIS	
	5.1. Gambaran Umum Responden	93
	5.2. Teknik Analisis Data	98
	5.2.1. Analisis Tabel Frekuensi CNI Ginseng Coffee ..	98
	5.2.2. Uji Validitas	110
	5.2.3. Uji Reliabilitas	112
	5.2.4. Uji Klasik Data	118
	1.2.5. Analisis Regresi	121
	1.3. Hasil Hipotesis (Uji T)	134
BAB VI	KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	
	6.1. Kesimpulan	137
	6.2. Rekomendasi	139
	6.2.1. Untuk perusahaan (PT. CNI).....	139
	6.2.1 Untuk Riset selanjutnya	140
DAFTAR PUSTAKA	MERCU BUANA	142

DAFTAR TABEL

Tabel II.1. Pertimbangan Pemasar dalam Produk Konsumen.....	26
Tabel. IV.1. Jadwal Riset	66
Tabel IV.2. Operasionalisasi Konsep.....	74
Tabel. IV.2.Operasionalisasi Konsep(Lanjutan)	75
Tabel IV.3. Interpretasi koefisien	87
Tabel V.1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	94
Tabel V.2. Responden Berdasarkan Usia.....	95
Tabel V.3. Responden Berdasarkan pendidikan.....	96
Tabel V.4. Responden Berdasarkan Pengeluaran/ uang saku perbulan.....	97
Tabel V.5. Responden Berdasarkan Referensi.....	98
Tabel V.6. Nilai Frekuensi Variabel Atribut Produk (persen)	99
Tabel V.7. Nilai Frekuensi Variabel Harga (persen)	103
Tabel V.8. Nilai Frekuensi Variabel Promosi (persen).....	105
Tabel V.9. Nilai Frekuensi Variabel Saluran Distribusi (persen).....	107
Tabel V.10. Nilai Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian (persen)	109
Tabel V.11. Hasil Uji Validitas	112
Tabel V.12. Hasil Uji Reliabilitas Atribut Produk	113
Tabel V.13. Hasil Uji Reliabilitas Harga	114
Tabel V.14. Hasil Uji Reliabilitas Promosi.....	115
Tabel V.15. Hasil Uji Reliabilitas Saluran Distribusi.....	116
Tabel V.16. Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian	117
Tabel V.17. Hasil Uji Multikolineritas.	119
Tabel V.18. Pengaruh Parsial (X1) terhadap (Y)	122
Tabel V.19. Pengaruh Parsial (X2) terhadap (Y)	124
Tabel V.20. Pengaruh Parsial (X3) terhadap (Y)	127
Tabel V.21. Pengaruh Parsial (X4) terhadap (Y)	129
Tabel V.22. Anova	131
Tabel V.23. Pengaruh Simultan (X1), (X2), (X3) & (X4) Terhadap (Y)	132
Tabel V.23. Kesimpulan Hipotesis.....	134

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1. Skema Kerja S & D Div	20
Gambar III.1 Tiga Tingkatan Produk.....	24
Gambar III.2. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.....	50
Gambar III.3. Kerangka Pemikiran.....	60
Gambar V.1. Histogram	120
Gambar V.2. Hasil Uji Normalitas	121



DAFTAR GAMBAR

- Lampiran 1 : Surat Tugas
- Lampiran 2 : Kuesioner
- Lampiran 3 : Tabulasi Data
- Lampiran 4 : CNI Ginseng Coffee
- Lampiran 5 : Frequency Table Responden
- Lampiran 6 : Frequency Table Atribut Produk X1
- Lampiran 7 : Frequency Table Harga X2
- Lampiran 8 : Frequency Table Promosi X3
- Lampiran 9 : Frequency Table Saluran Distribusi X4
- Lampiran 10 : Frequency Table Keputusan Pembelian Y
- Lampiran 11 : Multikolinieritas
- Lampiran 12 : Normalitas
- Lampiran 13 : Regresi Sederhana
- Lampiran 14 : Regresi Berganda
- Lampiran 15 : Tabel t
- Lampiran 16 : Tabel F
- Lampiran 17 : Tabel r
- Lampiran 18 : Daftar Riwayat Hidup