



**PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA DAN  
PROMOSI, TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SANDAL  
OUTDOORPRO DI JAKARTA**



UNIVERSITAS  
OLEH :  
ANTOSENNO SARDIJANTOPUTRA  
55112110270  
MERCU BUANA

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



**PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA DAN  
PROMOSI, TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SANDAL  
OUTDOORPRO DI JAKARTA**

**TESIS**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program  
Pascasarjana Program Studi Magister Manajemen**

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**  
OLEH :  
**ANTOSENNO SARDIJANTOPUTRA**  
**55112110270**

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

## PERNYATAAN

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

Judul : Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sandal OutdoorPRO di Jakarta  
Bentuk Tesis : Riset Bisnis  
Nama : Antoseno Sardijantoputra  
NIM : 55112110270  
Program : Magister Manajemen  
Tanggal : 1 Maret 2015

Merupakan hasil studi penelitian, sebagai 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 pengolahan yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.



Antoseno Sardijantoputra

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sandal OutdoorPRO di Jakarta  
Bentuk Tesis : Penelitian/Kajian Masalah Perusahaan  
Nama : Antoseno Sardijantoputra  
Nim : 55112110270  
Program : Pascasarjana Program Studi Magister Manajemen  
Tanggal : 1 Maret 2015

Pembimbing Utama



(Dr. Rina Astini, SE., MM.)

UNIVERSITAS

MERCU BUANA

Direktur Program Pascasarjana

Ketua Program Studi  
Magister Manajemen



(Prof. Dr. Didik J. Rachbini)



(Dr. Augustina Kurniasih, ME)

## KATA PENGANTAR

Puja dan puji syukur penulis panjatkan kehadiran, Allah Subhanahu Waa Ta'ala, karena atas karunia dan rahmatNya penulis dapat menyelesaikan Tesis dengan judul ***“Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sandal OutdoorPRO di Jakarta”***.

Tesis ini penulis susun dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen di Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta.

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua telah pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan tesis ini dan khususnya kepada:

1. Ibu Dr. Rina Astini, SE., MM. selaku Pembimbing Utama yang penuh kesabarannya membimbing penulis, memberikan saran, masukan serta arahan-arahan hingga terselesainya Tesis ini.
2. Bapak Priyono, SE., ME. selaku Ketua sidang pada ujian Tesis, sebagai penguji pada Seminar Proposal dan Penguji pada saat sidang Tesis.
3. Bapak Prof. Dr. Ir. Ahmad Fachrodji, MM. selaku Penguji pada sidang ujian Tesis.
4. Ibu Dr. Augustina Kurniasih, ME. selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen.
5. Seluruh Dosen Program Magister Manajemen pada Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana yang telah membekali penulis untuk selangkah lebih maju hingga Tesis ini terwujud.
6. Kedua orang tua saya yang selau menginginkan anaknya menjadi yang terbaik untuk kehidupan dunia dan akhirat.
7. Teman-teman yang telah memberikan saran, masukan dan motivasi untuk menyelesaikan tesis ini.
8. Untuk semua pihak-pihak yang belum disebutkan yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan tesis ini, penulis ingin mengucapkan maaf dan terima kasih sebesar-besarnya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan tesis ini masih jauh dari sempurna, untuk itu pada kesempatan ini penulis mohon kritik, saran dan masukan-masukan yang positif dan bersifat membangun demi memperbaiki penyusunan dimasa-masa mendatang. Penulis memohon maaf atas segala kekurangan dan harapannya adalah semoga hasil penelitian ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan.

Jakarta, Februari 2015

Penulis



## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>ABSTRACT</b> .....	i
<b>ABSTRAK</b> .....	ii
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>PERNYATAAN</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xii
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Identifikasi, Perumusan dan Batasan Masalah .....	4
1.2.1. Identifikasi Masalah .....	4
1.2.2. Perumusan Masalah .....	5
1.2.3. Batasan Masalah .....	5
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian .....	5
1.4. Manfaat dan Kegunaan Penelitian .....	6
<b>BAB II. DESKRIPSI PERUSAHAAN</b>	
2.1. Sejarah Perusahaan .....	7
2.2. Lingkup dan Bidang Usaha .....	7
2.3. Sumber Daya Manusia .....	9
2.4. Tantangan Bisnis .....	10
2.5. Proses Fungsi Bisnis .....	10

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

#### **HIPOTESIS**

3.1. Kajian Pustaka .....	12
3.1.1. Citra Merek .....	12
3.1.2. Persepsi Harga .....	14
3.1.3. Promosi .....	19
3.1.4. Keputusan Pembelian.....	23
3.2. Penelitian Terdahulu.....	29
3.3. Kerangka Pemikiran .....	32
3.4. Hipotesis .....	33

### **BAB IV. METODE PENELITIAN**

4.1. Jenis Disain Penelitian.....	35
4.2. Ruang Lingkup .....	35
4.3. Lokasi Penelitian .....	35
4.4. Variabel Penelitian .....	36
4.4.1. Definisi Konsep .....	36
4.4.2. Definisi Operasional .....	37
4.5. Populasi Dan Sampel Penelitian.....	38
4.5.1. Populasi.....	38
4.5.2. Sampel.....	38
4.6. Jenis dan Sumber Data .....	40
4.7. Teknik Pengumpulan Data .....	40
4.8. Teknik Analisis Data .....	42
4.8.1. Uji Validitas Data .....	42
4.8.2. Uji Reliabilitas Data.....	42
4.8.3. Uji Penyimpangan Asumsi Klasik.....	43
4.8.4. Uji Hipotesis .....	45
4.8.5. Analisis Korelasi Dimensi .....	47



## **BAB V. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

5.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	49
5.2. Hasil Penelitian.....	49
5.2.1. Penyajian Data .....	49
5.2.2. Usia .....	50
5.2.3. Penghasilan Responden.....	50
5.2.3. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	51
5.2.4. Uji Penyimpangan Asumsi Klasik .....	53
5.2.5. Uji Hipotesis .....	56
5.2.6. Pengujian Korelas Antar Dimensi .....	62
5.3. Pembahasan Hasil Penelitian.....	63

## **BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN**

6.1. Kesimpulan.....	65
6.2. Saran .....	66
6.2. Saran Bagi Penelitian Berikutnya.....	67

<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	68
-----------------------------	----

<b>LAMPIRAN</b> .....	71
-----------------------	----

<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	88
----------------------------	----

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Penelitian Terdahulu .....	29
Tabel 4.1 Variabel, Dimensi, Indikator dan Skala Penelitian .....	37
Tabel 4.2 Contoh Skala Ordinal .....	41
Tabel 4.3 Matriks Korelasi Antar Dimensi .....	48
Tabel 5.1 Jenis Kelamin .....	49
Tabel 5.2 Usia .....	50
Tabel 5.3 Penghasilan Responden .....	50
Tabel 5.4 Uji Validitas Citra Merek ( $X_1$ ) .....	51
Tabel 5.5 Uji Validitas Persepsi Harga ( $X_2$ ) .....	52
Tabel 5.6 Uji Validitas Promosi ( $X_3$ ) .....	52
Tabel 5.7 Uji Validitas Keputusan Pembelian ( $Y$ ) .....	52
Tabel 5.8 Uji Reliabilitas .....	53
Tabel 5.9 Uji Kolmogorov-Smirnov .....	54
Tabel 5.10 Uji Multikolinearitas .....	55
Tabel 5.11 Perhitungan Koefisien Regresi Berganda .....	57
Tabel 5.12 Uji Statistik T .....	58
Tabel 5.13 Uji Statistik F .....	60
Tabel 5.14 Korelasi Nilai R dan R Square .....	61
Tabel 5.15 Interpretasi Koefisien Korelasi .....	61
Tabel 5.16 Matriks Korelasi Antar Dimensi .....	62

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Data grafik penjualan sandal OutdoorPRO 2013/2014.....	2
Gambar 1.2 Data Prestudi Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Terhadap Sandal OutdoorPRO .....	3
Gambar 2.1 Struktur Organisasi PT. Mitra Alas Selaras .....	9
Gambar 3.1 Proses Keputusan Pembelian .....	26
Gambar 3.2 Kerangka Pemikiran.....	32
Gambar 3.3 Model Penelitian .....	32
Gambar 5.1 Normal P-P Plot .....	53
Gambar 5.2 Model Penelitian.....	56

