



**PENGARUH *PRODUCT KNOWLEDGE*, *PERCEIVED HARGA*  
DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI PELUMAS  
PETRO-CANADA**



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

MERCU BUANA

**NATHANIEL UTAMA**

**55112120101**

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

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Pengaruh *Product Knowledge*, *Perceived* Harga dan Citra  
Merek terhadap Minat Beli pelumas Petro-Canada  
Bentuk Tesis : Penelitian / Kajian Masalah Perusahaan  
Nama : Nathaniel Utama, S.T.  
NIM : 55112120101  
Program : Pasca Sarjana Magister Manajemen  
Tanggal : 20 Agustus 2015

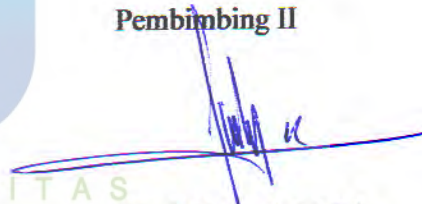
Mengesahkan

Pembimbing Utama



(Prof. Dr. Didik J. Rachbini.)

Pembimbing II



(Endi Rekarti, M.E.)

Direktur Program Pascasarjana



(Prof. Dr. Didik J. Rachbini.)

Ketua Program Studi Magister Manajemen



(Dr. Augustina Kurniasih, M.E.)

## PERNYATAAN

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

Judul : Pengaruh *Product Knowledge*, *Perceived Harga* dan Citra Merek terhadap Minat Beli Pelumas Petro-Canada

Bentuk Tesis : Penelitian / Kajian Masalah Perusahaan

Nama : Nathaniel Utama

NIM : 55112120101

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 4 Juli 2015

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya 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, 4 Juli 2015

A handwritten signature in blue ink is written over a yellow postage stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem, the text 'KETERANGAN EMPER', the serial number 'A0CADF094492478', and the denomination '3000 TRIBU RUPIAH'.

Nathaniel Utama

## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur ke hadirat Tuhan YME serta segala rahmat dan karunia-Nya pada penulis, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tesis yang berjudul : Pengaruh *Product Knowledge*, *Perceived* Harga dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Pelumas Petro-Canada.

Tesis ini ditulis dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen di Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta. Penulis menyadari bahwa Tesis ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang secara langsung dan tidak langsung memberikan kontribusi dalam penyelesaian karya ilmiah ini. Secara khusus pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Didik J. Rachbini, sebagai dosen pembimbing I, yang telah membimbing dan mengarahkan penulis selama penyusunan Tesis ini dari awal hingga Tesis ini dapat diselesaikan.
2. Endi Rekarti, MM, sebagai dosen pembimbing II, yang juga telah membimbing dan mengarahkan penulis selama penyusunan Tesis ini dari awal hingga Tesis ini dapat diselesaikan.
3. Dr. Augustina Kurniasih, ME selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.
4. Prof. Dr. Didik J. Rachbini selaku Direktur Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta, beserta segenap jajarannya yang telah berupaya meningkatkan situasi kondusif di Fakultas.
5. Seluruh dosen dan staf administrasi Prodi Magister Manajemen, termasuk rekan-rekan mahasiswa yang telah menaruh simpati dan bantuan sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis ini.

6. Bpk. Laksmana Mangunwijaya, Ibu Theresia Simon selaku Direktur dari PT. Indonesia Millenium Perdana, Ibu Endang beserta segenap jajarannya yang telah membantu dan memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian di PT. Indonesia Millenium Perdana.
7. Kedua Orang Tua, Nevin Utama, Natasha Juliet Utama, Nathalia Joyce Utama dan seluruh anggota keluarga yang senantiasa mendukung baik secara jasmani dan juga rohani.
8. Bapak Fajar Noviantoro selaku rekan kerja yang senantiasa membantu dan mendukung dalam penyelesaian penelitian ini.
9. M.G. Kristi Astuti selaku pendamping hidup beserta kedua orang tua dan keluarga yang selalu memberikan dukungan dalam proses penyelesaian penelitian ini.

Akhirnya penulis mengucapkan terima kasih kepada kedua orang serta keluarga, yang dengan penuh kasih sayang dan kesabarannya mendorong penulis untuk menyelesaikan karya ilmiah ini. Kiranya hasil penulisan ini dapat memberi sumbangsih dalam masalah peningkatan penjualan suatu produk.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 4 Juli 2015



Penulis

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi, Perumusan, dan Batasan Masalah .....	10
1.2.1 Identifikasi Masalah .....	10
1.2.2 Rumusan Masalah.....	11
1.2.3 Batasan Masalah .....	11
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian .....	12
1.3.1 Maksud Penelitian.....	12
1.3.2 Tujuan Penelitian .....	12
1.4 Manfaat Penelitian dan Kegunaan Penelitian.....	12
1.4.1 Manfaat Penelitian .....	12
1.4.1.1 Manfaat Akademis .....	12
1.4.1.2 Manfaat Praktis .....	13

1.4.2	Kegunaan Penelitian .....	13
<b>BAB II</b>	<b>DESKRIPSI PT. INDONESIA MILLENIUM PERDANA</b>	
2.1	Sejarah Perusahaan .....	14
2.2	Lingkup dan Bidang Usaha .....	15
2.3	Sumber Daya .....	16
2.3.1	Sumber Daya Keuangan .....	16
2.3.2	Sumber Daya Pemasaran .....	16
2.4	Tantangan Bisnis Perusahaan .....	17
2.5	Proses Bisnis Perusahaan .....	20
<b>BAB III</b>	<b>KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b>	
3.1	Kajian Pustaka .....	22
3.1.1	<i>Product Knowledge</i> .....	22
3.1.1.1.	Pengukuran <i>Product Knowledge</i> .....	24
3.1.2	<i>Perceived Harga</i> .....	25
3.1.2.1	Peranan Harga .....	27
3.1.2.2	Tujuan Penetapan Harga .....	27
3.1.2.3	Pengukuran <i>Perceived Harga</i> .....	30
3.1.3	Citra Merek .....	30
3.1.3.1	Pengukuran Citra Merek .....	31
3.1.4	Minat Beli .....	34
3.1.5	Pengaruh <i>Product Knowledge</i> terhadap Minat Beli .....	37

3.1.6	Pengaruh <i>Perceived</i> Harga terhadap minat beli .....	38
3.1.7	Pengaruh Citra Merek terhadap Minat beli .....	39
3.2	Penelitian Terdahulu .....	40
3.3	Kerangka Pemikiran .....	41
3.4	Hipotesis .....	43

## **BAB IV METODE PENELITIAN**

4.1	Desain Penelitian .....	44
4.2	Variabel Penelitian .....	45
4.3	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	46
4.3.1	Definisi Operasional .....	46
4.3.2	Pengukuran Variabel .....	48
4.4	Jenis dan Sumber Data .....	48
4.5	Teknik Pengumpulan Data .....	50
4.5.1	Kuesioner .....	50
4.5.2	Wawancara .....	51
4.6	Populasi dan Sample .....	51
4.6.1	Populasi .....	51
4.6.2	Sample .....	51
4.7	Metode Analisis Data .....	53
4.7.1	Pengujian Instrumen .....	53
4.7.1.1	Uji Validitas .....	53
4.7.1.2	Uji Reliabilitas .....	54
4.7.2	Uji Asumsi Klasik .....	55



4.7.2.1 Uji Multikolinearitas .....	55
4.7.2.2 Uji Heterokedastisitas .....	56
4.7.2.3 Uji Normalitas .....	57
4.7.3 Analisis Regresi .....	57
4.7.4 Uji Hipotesis .....	58
4.7.5 Analisis Korelasi Dimensi .....	60

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

5.1 Hasil Penelitian .....	62
5.2 Karakteristik Responden .....	62
5.2.1 Usia .....	62
5.2.2 Jenis Kelamin .....	63
5.2.3 Pendidikan .....	64
5.2.4 Pekerjaan .....	64
5.2.5 Pendapatan .....	65
5.3 Deskripsi Statistik Variabel Penelitian .....	66
5.3.1 Deskripsi Statistik <i>Product Knowledge</i> .....	66
5.3.2 Deskripsi Statistik <i>Perceived Harga</i> .....	67
5.3.3 Deskripsi Statistik Citra Merek .....	69
5.3.4 Deskripsi Statistik Minat Beli .....	70
5.4 Hasil Pengujian Instrumen Penelitian .....	71
5.4.1 Statistik Validitas dan Reliabilitas Instrumen <i>Product Knowledge</i> .....	71
5.4.2 Statistik Validitas dan Reliabilitas Instrumen	

	<i>Perceived Harga</i> .....	72
5.4.3	Statistik Validitas dan Reliabilitas Instrumen	
	Citra Merek .....	73
5.4.4	Statistik Validitas dan Reliabilitas Instrumen	
	Minat Beli .....	74
5.5	Hasil Pengujian Asumsi Klasik .....	75
5.5.1	Uji Multikolinearitas .....	75
5.5.2	Uji Heteroskedastisitas .....	76
5.5.3	Uji Normalitas .....	76
5.6	Hasil Pengujian Regresi .....	77
5.6.1	Uji Regresi .....	77
5.6.2	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	80
5.6.3	Hasil Uji Hipotesis .....	81
5.6.3.1	Hasil Uji F (Uji Simultan) .....	81
5.6.3.2	Hasil Uji T (Uji Parsial) .....	82
5.6.4	Matriks Korelasi Antar Dimensi .....	84
5.7	Pembahasan .....	86
5.7.1	Pengaruh <i>Product Knowledge</i> terhadap Minat Beli	86
5.7.2	Pengaruh <i>Perceived Harga</i> terhadap Minat Beli.....	87
5.7.3	Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli .....	88
<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN</b>		
6.1	Kesimpulan .....	89
6.2	Saran .....	89

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>92</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>96</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>138</b>



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Penurunan <i>Quantity</i> Penjualan Pelumas Otomotif Petro-Canada (dalam satuan liter) .....	2
Tabel 1.2	Data Populasi Produk Pelumas berdasarkan API-Service (Kategori Bensin).....	4
Tabel 1.3	Data Populasi Produk Pelumas berdasarkan API-Service (Kategori Diesel) .....	4
Tabel 1.4	Daftar Harga Produk Pelumas Otomotif Petro-Canada .....	6
Tabel 1.5	Populasi Harga Produk Pelumas Otomotif di Indonesia 2015 .....	7
Tabel 1.6	Top Brand 2013 & 2014 Kategori Minyak Pelumas Mobil .....	8
Tabel 1.7	Top Brand 2013 & 2014 Kategori Minyak Pelumas Motor .....	8
Tabel 2.1	Deskripsi API- Service Kategori Mesin Bensin .....	18
Tabel 2.2	Deskripsi API- Service Kategori Mesin Diesel .....	19
Tabel 4.1	Tabel Definisi Operasional .....	46
Tabel 4.2	Korelasi Antar Dimensi .....	61
Table 5.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	62
Tabel 5.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	63
Tabel 5.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	64
Tabel 5.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	65
Tabel 5.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan .....	65
Tabel 5.6	Analisis Variabel <i>Product Knowledge</i> .....	67

Tabel 5.7	Analisis Variabel <i>Perceived</i> Harga.....	68
Tabel 5.8	Analisis Variabel Citra Merek .....	69
Tabel 5.9	Analisis Variabel Minat Beli .....	70
Tabel 5.10	Validitas Butir Pertanyaan <i>Product Knowledge</i> .....	71
Tabel 5.11	Reliability Statistic <i>Product Knowledge</i> .....	72
Tabel 5.12	Validitas Butir Pertanyaan <i>Perceived</i> Harga .....	72
Tabel 5.13	Reliability Statistic <i>Perceived</i> Harga .....	73
Tabel 5.14	Validitas Butir Pertanyaan Citra Merek .....	73
Tabel 5.15	Reliability Statistic Citra Merek .....	73
Tabel 5.16	Validitas Butir Pertanyaan Minat Beli .....	74
Tabel 5.17	Reliability Statistic Minat Beli .....	74
Tabel 5.18	Uji Multikolinearitas .....	75
Tabel 5.19	Hasil Uji Linier Berganda .....	78
Tabel 5.20	Hasil Uji Koefisien Determinan ( $R^2$ ) .....	80
Tabel 5.21	Hasil Uji Simultan .....	81
Tabel 5.22	Hasil Uji Parsial .....	83
Tabel 5.23	Matrik Korelasi antara <i>Product Knowledge</i> , <i>Perceived</i> Harga dan Citra Merek dengan Minat Beli .....	85

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Grafik Penurunan Total Quantity Penjualan Pelumas Petro-Canada.....	3
Gambar 1.2	Grafik Penurunan <i>Quantity</i> per Produk 2011 – 2014.....	9
Gambar 5.1	Uji Heteroskedastisitas .....	76
Gambar 5.2	Uji Normalitas .....	77



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA