



**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI HARGA
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI RAPID ANTIGEN SARS-
COV2 PADA PT. ROCHE DI DKI JAKARTA**

TESIS

Nama : Benedektus Wahyu Kusbiyantara

NIM : 55120120069

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

2023



**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI HARGA
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI RAPID ANTIGEN SARS-
COV2 PADA PT. ROCHE DI DKI JAKARTA**

TESIS

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Program Studi
Magister Manajemen**

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Nama : Benedektus Wahyu Kusbiyantara

NIM : 55120120069

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

2023

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan
Pembelian Melalui Harga Sebagai Variabel Mediasi Rapid Antigen
SARS-COV2 Pada PT Roche Di DKI Jakarta
Bentuk Tesis : Penelitian/Kajian Masalah Perusahaan
Nama : Benedektus Wahyu Kusbiyantara
NIM : 55120120069
Program : Magister Manajemen
Tanggal : 28 Februari 2023

Mengesahkan :

Pembimbing


UNIVERSITAS
(Dr. Dendi Anggi Gumilang, MM)
MERCU BUANA

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi Magister Manajemen



(Dr. Nurul Hidayah, M.Si, AK)



(Dr. Lenny Christina Nawangsari, MM)

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

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

Judul : Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Harga Sebagai Variabel Mediasi Rapid Antigen SARS-COV2 Pada PT Roche Di DKI Jakarta

Bentuk Tesis : Penelitian/Kajian Masalah Perusahaan

Nama : Benedektus Wahyu Kusbiyantara

NIM : 55120120069

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 28 Februari 2023

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis 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 data yang disajikan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 28 Februari 2023



(Benedektus Wahyu Kusbiyantara)

PERNYATAAN SIMILARITY CHECK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh :

Nama : BENEDEKTUS WAHYU KUSBIYANTARA
NIM : 55120120069
Program Studi : MAGISTER MANAJEMEN

dengan judul

“Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Harga Sebagai Variabel Mediasi Rapid Antigen SARS-COV2 Pada PT Roche di DKI Jakarta”, telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 16 Februari 2023, didapatkan nilai persentase sebesar 28%.

Jakarta, 16 Februari 2022

Administrator Turnitin

UNIVERSITAS
MERCU BUANA


Arie Pangudi, A.Md

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis ini dengan judul “PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI HARGA SEBAGAI VARIABEL MEDIASI RAPID ANTIGEN SARS-COV2 PADA PT. ROCHE DI DKI JAKARTA”. Tesis ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Jakarta.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan Tesis ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Dr. Dendi Anggi Gumilang, MM selaku dosen pembimbing Tesis yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat- nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis hanturkan puji syukur atas kekuatan Tuhan YME yang telah mencurahkan anugerahnya dan ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan Tesis ini terutama kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana Jakarta.
2. Dr. Nurul Hidayah, M.Si, AK, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Jakarta.

3. Dr. Lenny Christina Nawangsari, MM, selaku Ketua Program Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Dr. Dendi Anggi Gumilang, MM, selaku dosen pembimbing pada Tesis ini yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas terselesainya Tesis ini.
5. Kedua orang tua dan kakak adik tercinta yang selalu memberikan doa, dukungan moral, dukungan materil, serta memberikan banyak inspirasi yang tiada henti-hentinya kepada penulis, sehingga penulis mampu menyelesaikan Tesis ini tepat waktu.
6. Kepada Istri tercinta Yosephine Astari WPH dan anak Silvano Jose Fabian Astara serta Jovano Rayeen Winesta yang telah memberikan semangat yang luar biasa sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis ini.
7. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
8. Untuk semua teman-teman manajemen angkatan 2021 yang telah memberikan dukungan yang sangat luar biasa.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam Tesis ini. Akhir kata, semoga Tesis ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 28 Februari 2023



(Benedektus Wahyu Kusbiyantara)

DAFTAR ISI

<i>ABSTRACT</i>	i
ABSTRAK.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
PERNYATAAN SIMILARITY CHECK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	8
1.3. Rumusan Masalah.....	13
1.4. Tujuan Penelitian.....	13
1.5. Kontribusi Penelitian.....	14
BAB II. KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Teori	15
2.1.1. Kualitas Produk	15
2.1.1.1. Pengertian Produk	15
2.1.1.2. Klasifikasi Produk	16
2.1.1.3. Keragaman Produk/Bauran Produk	18
2.1.1.4. Dimensi Keragaman Produk	18
2.1.1.5. Dimensi Kualitas Produk	20
2.1.2. Promosi	20
2.1.2.1. Pengertian Promosi	20

2.1.2.2.	Manfaat Promosi	22
2.1.2.3.	Alat Promosi Penjualan	22
2.1.2.4.	Dimensi Promosi	23
2.1.3.	Harga	24
2.1.3.1.	Pengertian Harga	24
2.1.3.2.	Tujuan Penetapan Harga	25
2.1.3.3.	Metode Penetapan Harga	27
2.1.3.4.	Dimensi Harga	28
2.1.4.	Keputusan Pembelian	30
2.1.4.1	Dimensi Keputusan Pembelian.....	32
2.2	Penelitian Terdahulu	32
2.3	Pengembangan Hipotesis	38
2.3.1.	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	38
2.3.2.	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	38
2.3.3.	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Harga	39
2.3.4.	Pengaruh Promosi Terhadap Harga	40
2.3.5.	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	40
2.3.6.	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Harga	41
2.3.7.	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Harga.....	41

BAB III. METODE PENELITIAN

3.1	Desain Penelitian	43
3.2	Definisi dan Operasionalisasi Variabel	44
3.3	Populasi dan Sampel	47

3.4 Metode Pengumpulan Data	50
3.5 Metode Analisis Data	51
2.5.1. Analisis Data Deskriptif	51
3.5.2. Analisis Dengan <i>Smart PLS</i>	51
3.5.3. Analisis SEM Dengan Prosedur Mediasi.....	55

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Lokasi atau Obyek Penelitian	56
4.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan.....	56
4.1.2. Lingkup dan Bidang Usaha.....	56
4.1.3. Sumber Daya	57
4.1.4. Tantangan Bisnis.....	57
4.1.5. Proses/Kegiatan Fungsi Bisnis.....	58
4.2. Analisis Data.....	59
4.2.1. Analisis Data Deskriptif Responden.....	59
4.2.2. Analisis Uji Instrument.....	68
4.2.2.1. Analisis <i>Outer Model</i>	68
4.2.2.2. Analisis <i>Inner Model</i>	78
4.2.2.3. Pengujian Hipotesis.....	80
4.3. Pembahasan.....	81

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan.....	89
5.2. Saran.....	90

DAFTAR PUSTAKA	92
-----------------------------	----

LAMPIRAN	97
-----------------------	----

DAFTAR TABEL

1.1.	Data Kisaran Harga Rapid Antigen	10
1.2.	Pra-Survei Kuesioner	11
2.1.	Penelitian Terdahulu	32
4.1.	Persebaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
4.2.	Persebaran Responden Berdasarkan Kelompok Usia	61
4.3.	Persebaran Responden Berdasarkan Pekerjaan	62
4.4.	Frekuensi dan Persentase Skor Variabel Kualitas Produk (X1)	63
4.5.	Frekuensi dan Persentase Skor Variabel Promosi (X2)	64
4.6.	Frekuensi dan Persentase Skor Variabel Harga (Y1)	65
4.7.	Frekuensi dan Persentase Skor Variabel Keputusan Pembelian (Y1).....	67
4.8.	Hasil Pengujian Validasi Konvergen Kualitas Produk.....	70
4.9.	Hasil Pengujian Validasi Konvergen Promosi.....	71
4.10.	Hasil Pengujian Validasi Konvergen Harga.....	72
4.11.	Hasil Pengujian Validasi Konvergen Keputusan Pembelian.....	73
4.12.	Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity (Cross loadings)</i>	75
4.13.	Hasil Pengujian AVE.....	76
4.14.	Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity (Fornell Lacker Criterium)</i>	76
4.15.	Hasil Pengujian <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i>	77
4.16.	Nilai R ² Variabel Endogen.....	78
4.17.	Hasil Pengujian Hipotesis.....	80
4.18.	Nilai <i>Indirect Effect</i>	86

DAFTAR GAMBAR

1.1.	Kasus Positif Terkonfirmasi.....	1
1.2.	Grafik Peningkatan Rata-Rata Per Hari Kasus Positif.....	2
1.3.	10 Provinsi Dengan Kasus Aktif Covid-19 Terbanyak.....	3
1.4.	Jumlah Pasien Rawat Inap Wisma Atlet DKI Jakarta	4
1.5.	Grafik Peningkatan Industri Kimia, Farmasi dan Obat.....	5
1.6.	Pencabutan PPKM Oleh Presiden Indonesia.....	6
1.7.	Update Terkini Laporan Kasus Harian Covid-19 DKI Jakarta.....	7
1.8.	Data Penjualan	9
2.1.	Kerangka Pemikiran	42
4.1.	Model Nilai Antar Konstruk dan Dimensi Model Penelitian Model Penelitian menggunakan SmartPLS 3.0.....	69
4.2.	Hasil kalkulasi model pengukuran (Outer Model) Variabel Kualitas Produk.....	71
4.3.	Hasil kalkulasi model pengukuran (Outer Model) Variabel Promosi.....	72
4.4.	Hasil kalkulasi model pengukuran (Outer Model) Variabel Harga.....	73
4.5.	Hasil kalkulasi model pengukuran (Outer Model) Variabel Keputusan Pembelian.....	74
4.6.	Model koefisien jalur <i>t-statistics structural</i> model penelitian.....	81

DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner	97
2. Hasil Kuesioner	102
3. Analisis Deskriptif	115
4. Hasil Uji Kualitas Data	119
5. Surat Ijin Penelitian	125



UNIVERSITAS
MERCU BUANA