



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PENGARUH IKLAN, HARGA, DAN FASILITAS ONLINE
SHOPPING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN**

(Study Kasus Prodak Yamaha YZF-R25 di Jakarta Pusat)



UNIVERSITAS
TESIS
MERCU BUANA

Muhamad Derry Aziz

NIM : 55113110139

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

2015



MERCU BUANA

**PENGARUH IKLAN, HARGA, DAN FASILITAS ONLINE
SHOPPING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN**
(Study Kasus Produk Yamaha YZF-R25 di Jakarta Pusat)

UNIVERSITAS

MERCU BUANA

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Program
Pascasarjana Program Studi Magister Manajemen

Muhamad Derry Aziz
NIM : 55113110139

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

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Iklan, Harga, Dan Fasilitas *Online Shopping* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Study Kasus Produk Yamaha YZF-R25 di Jakarta Pusat)

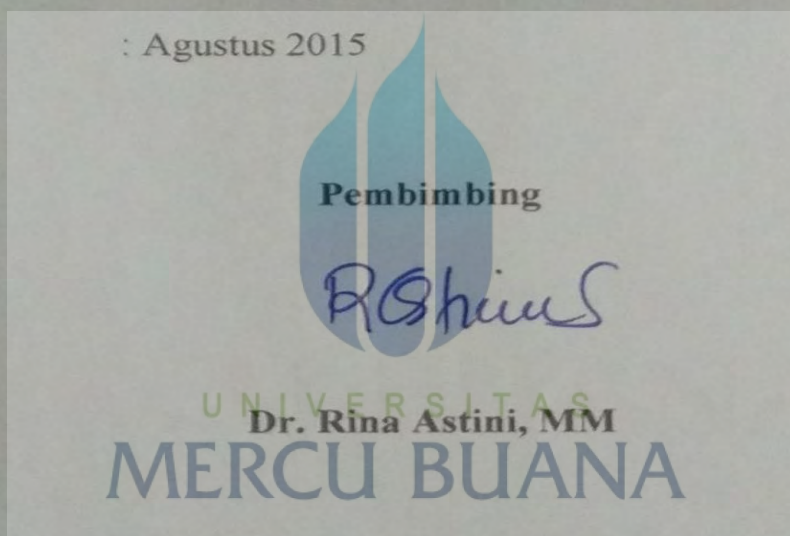
Bentuk Tesis : Penelitian

Nama : Muhamad Derry Aziz

NIM : 55113110139

Program : Pascasarjana Program Studi Magister Manajemen

Tanggal : Agustus 2015



Direktur Pascasarjana

**Ketua Program Studi
Magister Manajemen**

Prof. Dr. Didik J. Rachbini

Dr. Augustina Kurniasih, ME

PERNYATAAN

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

Judul :Pengaruh Iklan, Harga, Dan Fasilitas *Online Shopping* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Study Kasus Produk Yamaha YZF-R25 di Jakarta Pusat)

Bentuk Tesis : Penelitian

Nama : Muhamad Derry Aziz

NIM : 55113110139

Program : Pascasarjana Program Studi Magister Manajemen

Tanggal : Agustus 2015

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang diterapkan 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, Agustus 2015

METERAI TEMPEL
Rp 6000
337116975
iz)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji dan syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT serta atas segala rahmat, karunia dan ridho-Nya yang telah memberikan saya waktu, kesehatan, dan kesempatan untuk menyelesaikan penyusunan Tesis yang berjudul Pengaruh Iklan, Harga, dan Fasilitas *Online Shopping* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Study Kasus Produk Yamaha YZF-R25 di Jakarta Pusat). Tidak lupa shalawat serta salam yang terbaik saya panjatkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat, dan umatnya.

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 berterima kasih kepada semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung memberikan kontribusi dalam penyelesaian karya ilmiah ini. Secara khusus pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Yang sangat dicintai dan teramat saya sayangi yaitu kedua orang tua, Bapak Drs. Makroni dan Ibu Naniyar yang senantiasa memberikan doa, kasih sayang dan motivasi yang tiada habisnya dalam penyelesaian tesis ini
2. Kakakku Muhammad Fadlillah serta adikku Silvia Sucianti yang memberikan semangat serta mengingatkan agar menyelesaikan tesis ini lebih cepat.

3. Ibu Dr. Rina Astini, SE, MM selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan penulis selama penyusunan tesis ini dari awal hingga tesis ini dapat diselesaikan.
4. Bapak Dr. Ahmad Fachrodji selaku penguji yang telah berkenan memberikan banyak masukan dan saran untuk penyempurnaan tesis ini.
5. Bapak Priyono, SE, MM selaku ketua sidang tugas akhir yang telah memberikan saran yang sangat bermanfaat dalam penyempurnaan tesis ini.
6. Bapak Prof. Dr. Didik J. Rachbini selaku Direktur Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana yang telah mendukung kemudahan proses dan pengesahan tesis ini.
7. Ibu Dr. Agustina Kurniasih, ME selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana yang telah mendukung kemudahan proses dan pengesahan tesis ini.
8. Para dosen Universitas Mercu Buana yang telah memberikan pendidikan selama penulis menempuh mata kuliah di Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.
9. Rekan-rekan kerja di PT Yamaha Indonesia Motor Mfg yang telah memberikan semangat dan masukan untuk menyelesaikan tesis ini.
10. Rekan-rekan mahasiswa/i Magister Manajemen Universitas Mercu Buana cabang yang saling berbagi ilmu dan pengalaman serta proses perkuliahan sampai selesainya tesis ini.
11. Seluruh Responden yang telah menyempatkan waktunya untuk mengisi kuisisioner penelitian ini dengan objektif.

12. Tunanganku Ratna Arista Dewi, S.Gz yang telah memberikan semangat, menyempatkan waktu untuk menemani bimbingan, dan masukkan untuk menyelesaikan tesis ini.
13. Kepada semua pihak yang telah terkait membantu penulis dalam menyelesaikan tesis ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu.

Penyusun menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan waktu dan pengetahuan serta pengalaman yang dimiliki. Oleh sebab itu, kritik, dan saran yang bersifat membantu dari pembaca sangat diharapkan demi perbaikan dimasa mendatang.

Akhir kata, penulis berharap tesis ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua terutama untuk pengembangan ilmu pengetahuan, dan semoga Allah SWT selalu memberikan kemudahan bagi kita semua.



Jakarta, Agustus 2015

(Muhamad Derry Aziz)

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 LatarBelakang	1
1.2 Identifikasi dan PerumusanMasalah.....	8
1.2.1 Identifikasi Masalah	9
1.2.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
BAB II DESKRIPSI PERUSAHAAN	
2.1 Sejarah Perusahaan	11
2.2 Lingkup Bidang Usaha	13
2.3 Sumber Daya Pemasaran	14

2.4	Tantangan Bisnis	14
2.5	Kegiatan dan Proses Bisnis	15
2.5.1	Kegiatan Bisnis	15
2.5.2	Proses Bisnis.....	15
BAB III KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS		
3.1	Kajian Pustaka.....	18
3.1.1	Manajemen Pemasaran	18
3.1.1.1	Pengertian Pemasaran	18
3.1.1.2	Pengertian Manajemen Pemasaran	19
3.1.2	Bauran Pemasaran.....	20
3.1.3	Produk	22
3.1.4	Harga	22
3.1.5	Tempat.....	27
3.1.5	Promosi.....	28
3.1.5.1	Bauran Promosi	28
3.1.6	Periklanan.....	28
3.1.6.1	Pengertian Periklanan	28
3.1.6.2	Mengembangkan dan Mengelola Program Periklanan	29
3.1.6.3	Fungsi dan Tujuan Periklanan	29
3.1.6.4	Keputusan Menggunakan Periklanan	30
3.1.6.5	Iklan Televisi	32

3.1.7 Fasilitas <i>Online Shopping</i>	34
3.1.8 Keputusan Pembelian Konsumen	36
3.1.8.1 Pengertian Keputusan Pembelian Konsumen	36
3.1.8.2 Jenis - Jenis Perilaku Keputusan Pembelian.....	37
3.1.8.4 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	40
3.2 Penelitian Terdahulu	42
3.3 Rerangka Pikir	42
3.4 Model Penelitian	44
3.5 Hipotesis	44
BAB IV METODE PENELITIAN	
4.1 Jenis/ Desain Penelitian.....	45
4.2 Ruang Lingkup	45
4.3 Lokasi Penelitian.....	46
4.4 Pendekatan Penelitian.....	46
4.5 Variabel Penelitian.....	46
4.5.1 Definisi Konsep	46
4.5.2 Definisi Operasional	47
4.6 Populasi dan Sampel Penelitian	48
4.7 Jenis dan Sumber Data	49
4.8 Metode Pengumpulan Data	50
4.9 Teknik Analisa Data	50
4.9.1 Uji Validitas.....	50
4.9.2 Uji Reliabilitas.....	51

4.10 Uji Asumsi Klasik.....	52
4.10.1 Uji Normalitas.....	52
4.10.2 Uji Multikolinearitas	53
4.10.3 Uji Heterokedastisitas	53
4.11 Uji Hipotesis	54
4.11.1 Regresi Linear Berganda	54
4.11.2 Koefisien Determinasi (r^2).....	55
4.11.3 Uji Parsial (Uji t).....	55
4.11.4 Uji Simultan (Uji F)	56
4.12 Analisis Dimensi	56
4.12.1 Matriks Korelasi	56

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1 Hasil Penelitian	59
5.1.1 Profil Responden	59
5.1.1.1 Tingkat Usia.....	60
5.1.1.2 Jenis Kelamin.....	61
5.1.1.3 Tingkat Pendidikan	61
5.1.1.4 Jenis Pekerjaan.....	61
5.1.1.5 Penghasilan	62
5.1.2 Analisis Data	62
5.1.2.1 Analisis Tabel Frekuensi R25	62
5.1.2.2 Uji Validitas.....	70
5.1.2.3 Uji Reliabilitas	71

5.1.3 Uji Asumsi Klasik	72
5.1.3.1 Uji Normalitas	72
5.1.3.2 Uji Multikolinearitas.....	73
5.1.3.3 Uji Heteroskedastisitas	73
5.1.4 Pengujian Hipotesis.....	75
5.1.4.1 Regresi Linear Berganda	75
5.1.4.2 Koefisien Determinasi	76
5.1.4.3 Uji t.....	77
5.1.4.4 Uji F	78
5.1.4.5 Analisis Korelasi Antar Dimensi.....	79
5.2 Pembahasan.....	82
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1 Kesimpulan	85
6.2 Saran	86
DAFTAR PUSTAKA.....	89
LAMPIRAN	92
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	107

DAFTAR TABEL

1.1 Persentase Rata-rata Penjualan R25 Periode Juli - Desember 2014	3
1.2 Biaya Promosi R25 berdasarkan Kategori Promosi periode Juli - Desember 2014	4
1.3 Harga Produk Motor Sport Racing 250cc	6
1.4 Daftar Harga Motor Konvensional Yamaha	7
3.1 Penelitian Terdahulu	42
4.1 Variabel Operasional	47
4.2 Korelasi Antar Dimensi	57
4.3 Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi	57
5.1 Profil Responden	60
5.2 Nilai Frekuensi Variabel Iklan	63
5.3 Nilai Frekuensi Variabel Harga	65
5.4 Nilai Frekuensi Variabel Fasilitas <i>Online Shopping</i>	66
5.5 Nilai Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian	68
5.6 Validitas Instrumen Penelitian	70
5.7 Reliabilitas Variabel Alpha Cronbach's Reliability	71
5.8 Uji Multikolinearitas	73
5.9 Koefisien Regresi Linear Berganda	75
5.10 Koefisien Determinasi	76
5.11 Uji F (ANOVA)	79
5.12 Matriks Korelasi Antar Variabel	80

DAFTAR GAMBAR

1.1 Grafik Data Penjualan YZF-R25 di Area Jakarta	2
1.2 Diagram Persentase Promosi R25 yang didapatkan dari 20 konsumen.....	5
1.3 Iklan R25 di Media Televisi.....	5
1.4 Diagram Persentase Pembelian Konsumen Secara online atau tidak	8
2.1 Situs Web Site Fasilitas Online Shopping R25.....	16
2.2 Grafik Proses pembelian secara online maupun datang ke dealer	17
3.1 Rincian Bauran Pemasaran	21
3.2 Model Keputusan Pembelian Konsumen.....	41
3.3 Flowchart Rerangka Pikir	43
3.4 Model Penelitian	44
5.1 Pengujian Normalitas	72
5.2 Pengujian Heteroskedastisitas.....	74

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Kuisisioner Penelitian	92
Lampiran 2. Kuisisioner Penelitian	93
Lampiran 3. Tabulasi Hasil Kuisisioner	97
Lampiran 4. Profil Responden	98
Lampiran 5. Analisis Frekuensi	99
Lampiran 6. Analisis Data.....	101
Lampiran 7. Uji Asumsi Klasik	102
Lampiran 8. Uji Hipotesis	105
Lampiran 9. Matriks Korelasi Antar Dimensi.....	106

