



**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN POMPA
MEREK X DI PT XYZ**

TESIS

OLEH

AULIA WISUDA MUHARRAM

55118110097

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

PROGRAM PASCASARJANA

UNIVERSITAS MERCU BUANA

2020



**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN POMPA
MEREK X DI PT XYZ**

TESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Studi Magister

Manajemen

OLEH

AULIA WISUDA MUHARRAM

55118110097

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2020**

ABSTRACT

This research aims to examine and analyze the effect of variable brand image, product quality, product price, and delivery time on the purchase decision of brand X pump in PT XYZ. This statistic parametric study use method a multiple regression in which the data processed by the SPSS program. The sample size was 54 companies that already purchased a pump directly to PT XYZ in 2019. The instruments used in the form of a structured questionnaire with a Likert scale were used to collect data which consisted of 22 questions arranged based on indicator and dimension derived from each variable. The result showed that all the independent variable has a significant and positive influence to purchase decision as a dependent variable. In other side, at this research found that consumers still consider the brand image factor, so what happens is consumers still choose and decide to buy product X, with an increase in sales, despite experiencing dissatisfaction with some of these factors.

Keywords: *brand image, product quality, price perception, delivery time, and purchase decision.*



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh variabel citra merek, kualitas produk, harga produk, dan waktu pengiriman terhadap keputusan pembelian pompa merek X di PT XYZ. Studi parametrik statistik ini menggunakan metode regresi berganda dimana datanya diolah dengan program SPSS. Besar sampel adalah 54 perusahaan yang telah membeli pompa langsung ke PT XYZ pada tahun 2019. Instrumen yang digunakan berupa kuesioner terstruktur dengan skala likert digunakan untuk mengumpulkan data yang terdiri dari 22 pertanyaan yang disusun berdasarkan indikator dan dimensi yang diturunkan dari setiap variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian sebagai variabel dependen. Di sisi lain, pada penelitian ini ditemukan bahwa konsumen masih mempertimbangkan faktor citra merek, sehingga yang terjadi adalah konsumen tetap memilih dan memutuskan untuk membeli produk X, dengan adanya peningkatan penjualan, meskipun mengalami ketidakpuasan dengan beberapa faktor tersebut.

Kata kunci: citra merek, kualitas produk, persepsi harga, waktu pengiriman, dan keputusan pembelian.



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Robbil Alamin, puji serta syukur kepada Allah SWT atas segala karunia, rizki dan nikmat yang telah diberikanNya, sehingga Penulis dapat menyelesaikan penulisan Tesis yang diajukan sebagai syarat dalam memperoleh gelar Magister Manajemen dalam Ilmu Pemasaran pada Program Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana.

Dalam proses panjang penulisan Tesis ini, banyak masukan, dukungan dan bantuan baik moril dan juga materil dari berbagai pihak. Maka dalam kesempatan ini Penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Dr. Ririn Wulandari SE, MM selaku dosen pembimbing tugas akhir yang dengan sabar telah memberikan bimbingan, arahan, masukan dan semangat serta menyisihkan waktunya untuk penulis secara terus menerus hingga Penulis dapat menyelesaikan Tesis ini.
2. Prof. Dr. Ing Mudrik Alaydrus Direktur Program Pasca Sarjana, beserta jajarannya.
3. Dr. Dudi Permana ST, MM selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen, yang telah memberikan kebijakan dan petunjuk kepada Penulis dalam penyusunan Tesis ini.
4. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Magister Manajemen di Program Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang pemasaran dan mendorong Penulis untuk terus menerus membuka dan memperluas cakrawala ilmu pengetahuan.

5. Kedua orang tuaku, terutama Ibu yang senantiasa menjadi semangat yang tak pernah padam bagi Penulis dalam menapaki dinamika hidup dan terus mendorongku untuk menjadi pribadi yang lebih baik, lalu tidak lupa kedua adikku Harits Faadhilah dan Azharizqi Hakiim yang membuatku selalu mendorong diri agar dapat memberikan contoh-contoh baik meskipun masih jauh dari kata sempurna.
6. Istriku Entin Rahmadani dan Anaku Gladis Rahmania Bestari yang telah menjadi motivasi luar biasa bagiku untuk dapat menyelesaikan Tesis ini dengan baik, serta kesabaran, dukungan dan kelapangan hati yang telah dicurahkan selama Penulis menjalankan masa studinya ini.
7. Ayah dan Ibu mertuaku untuk segala macam bentuk dukungan yang senantiasa diberikan untuk Penulis dalam menjalankan studi hingga dapat menyelesaikannya.
8. Rekan-rekan seperjuanganku mahasiswa/i Magister Manajemen Universitas Mercu Buana angkatan 2018 atas segala dukungan, bantuan serta perhatiannya. Penulis juga mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak terkait yang tidak dapat disebutkan satu persatu atas semua bantuan dan dukungan dalam penyelesaian Tesis ini. Semoga Allah SWT memberikan balasan atas segala kebaikan untuk semuanya dan semoga Tesis ini dapat menjadi manfaat kebaikan bagi banyak pihak.

Jakarta, 29 September 2020

Penulis

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi
Pengambilan Keputusan Pembelian Pompa Merek X di
PT XYZ.

Bentuk Tesis : Penelitian Masalah Perusahaan

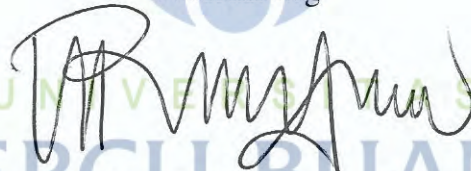
Nama : Aulia Wisuda Muharram

NIM : 55118110097

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 30 September 2020

Mengesahkan
Pembimbing



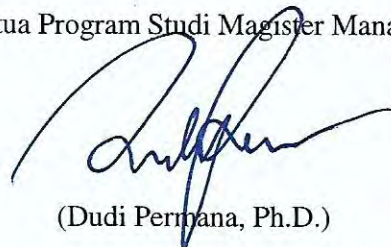
(Dr. Ririn Wulandari, SE., MM)

Direktur Program Pascasarjana



(Prof. Dr. -Ing. Mudrik Alaydrus)

Ketua Program Studi Magister Manajemen



(Dudi Permana, Ph.D.)

LEMBAR PERNYATAAN

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

Judul : Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi
Pengambilan Keputusan Pembelian Pompa Merek X di
PT XYZ.

Bentuk Tesis : Penelitian Masalah Perusahaan

Nama : Aulia Wisuda Muharram

NIM : 55118110097

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 29 September 2020

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya Saya sendiri dengan bimbingan dosen pembimbing yang di tetapkan 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 pengolahan data yang disajikan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 30 September 2020.



Aulia Wisuda Muharram

PERNYATAAN SIMILARITY CHECK

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

Nama : Aulia Wisuda Muharram

NIM : 55118110097

Program Studi : Magister Manajemen

Dengan judul:

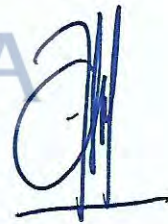
“THE FÁCTORS EFFECT PURCHASE DECISION OF BRAND X PUMP IN PT XYZ”

Telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 25 Agustus 2020, didapatkan nilai persentase sebesar 20%.

Jakarta, 29 September 2020.

Administrator Turnitin

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Arie Pangudi, A.Md

DAFTAR ISI

	Halaman
COVER TESIS	i
LEMBAR PENGESAHAN TESIS.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN <i>SIMILARITY CHECK</i>	iii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TESIS	iv
ABSTRACT.....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Rumusan Masalah	7
1.4 Batasan Masalah	8
1.5 Tujuan Penelitian	9
1.6 Manfaat Penelitian	9
BAB II. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Pustaka	11

2.1.1 Pemasaran B2B	11
2.1.2 Citra Merek	12
2.1.3 Kualitas Produk.....	15
2.1.4 Persepsi Harga	19
2.1.5 Waktu Pengiriman	22
2.1.6 Keputusan Pembelian.....	24
2.2 Penelitian Terdahulu	28
2.3 Kerangka Pemikiran.....	32
2.4 Hipotesis	35
BAB III. METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian, Lokasi, dan Variabel Penelitian	36
3.1.1 Jenis Penelitian	36
3.1.2 Lokasi Penelitian.....	36
3.1.3 Variabel Penelitian.....	37
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	37
3.2.1 Definisi Variabel.....	38
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	40
3.4 Populasi dan Metode Sampling	42
3.5 Metode Analisis	42
3.6 Uji Asumsi Klasik.....	45
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Deskripsi Perusahaan	47
4.1.1 Sejarah Singkat	47

4.1.2 Visi dan Misi.....	48
4.2 Hasil Penelitian	48
4.2.1 Profil Responden.....	49
4.2.2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	50
4.2.2.1 Uji Validitas	50
4.2.2.2 Uji Reliabilitas.....	52
4.2.3 Hasil Uji Asumsi Klasik	53
4.2.3.1 Uji Normalitas	53
4.2.3.2 Uji Multikolinearitas	55
4.2.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	56
4.2.4 Hasil Uji Hipotesis.....	57
4.2.4.1 Uji Koefisien Determinasi.....	57
4.2.4.2 Uji Signifikansi Simultan	58
4.2.4.3 Uji Analisa Korelasi	59
4.2.4.4 Uji Signifikansi Individual	62
4.2.4.5 Korelasi Dimensi Variabel	66
4.3 Pembahasan.....	69
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	75
5.2 Saran	76
5.2.1 Saran Akademis	76
5.2.2 Saran Praktisi	77
DAFTAR PUSTAKA	80

LAMPIRAN.....84



UNIVERSITAS
MERCU BUANA