

**ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PASTA GIGI ANAK
(KASUS PASTA GIGI MEREK CUSSONS KIDS)**

TESIS

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister
Manajemen**



PARWATHY DEBBY SHINTA

2161021012

**PROGRAM STUDI
MAGISTER MANAJEMEN
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
TAHUN 2018**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tesis ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Parwathy Debby Shinta

NIM : 2161021012

Tanda Tangan : 

Tanggal : 30 Agustus 2018

HALAMAN PENGESAHAN

Tesis ini diajukan oleh :

Nama : Parwathy Debby Shinta

NIM : 2161021012

Program Studi : Magister Management Universitas Bakrie

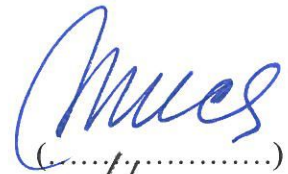
Judul Tesis : Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian

Pasta Gigi Anak (Kasus Pasta Gigi Merek Cussons Kids)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen - Universitas Bakrie


DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Muchsin Saggaf Shihab, S.E., M.Sc., M.B.A., Ph.D



(.....)

Penguji I : Suwandi, S.E., M.Si., Dr.



(.....)

Penguji II : Dr. Lenny Christina Nawangsari, ST., M.M.



(.....)

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 30 Agustus 2018

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmatNya, penulis dapat menyelesaikan Tesis ini. Penulisan Tesis ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Magister Manajemen pada Fakultas Ilmu Ekonomi dan Sosial Universitas Bakrie. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tesis ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

- 1) Muchsin Saggaf Shihab, S.E., M.Sc., M.B.A., Ph.D selaku dosen pembimbing yang senantiasa menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dan memberikan dukungan dalam penyusunan tesis ini.
- 2) Dr. Lenny Christina Nawangsari, ST., M.M. dan Suwandi, S.E., M.Si., Dr. Selaku dosen penguji ahli yang berkenan menguji penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis.
- 3) Orang tua serta keluarga yang telah mendoakan, memberikan semangat dan dukungan moral; Papa, Mama, Kak Manju, Kak Pretty, Ane Ganesh, Mama Veera, Richard, Kak Umi, Sanghya, Sundhari, Nisha dan Luana.
- 4) Bapak dan Ibu dosen serta staff Magister Manajemen Universitas Bakrie. Terima kasih untuk semua ilmu dan kebaikan yang sudah diberikan.
- 5) Bapak dan Ibu Direktur dan Kepala Departemen Komersialisasi dan Divisi Pemasaran dari Perusahaan PZ Cussons Indonesia
- 4) Teman-teman kampus di Magister Manajemen Universitas Bakrie yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam menyelesaikan tesis ini seperti the Bakery dan teman-teman Batch 7. Terima kasih atas 1.5 tahun yang sangat menyenangkan dan penuh tantangan ini.

5) Rekan dan Teman-teman di PZ Cussons Indonesia yang telah memberikan semangat dan dukungan.

6) Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu

Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tesis ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 30 Agustus 2018

Parwathy Debby Shinta

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Parwathy Debby Shinta

NIM : 2161021012

Program Studi : Magister Manajemen

Jenis Tesis : Riset Bisnis (*Business Research*)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Non-eksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PASTA GIGI ANAK

(KASUS PASTA GIGI ANAK MEREK CUSSONS KIDS)

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 30 Agustus 2018

Yang menyatakan



(Parwathy Debby Shinta)

ABSTRACT

THE EFFECT ANALYSIS OF MARKETING MIX ON THE PURCHASE DECISION OF KIDS TOOTHPASTE

(CASE OF CUSSONS KIDS TOOTHPASTE)

Seeing from the many competitors of children's toothpaste, the company must understand how consumer behavior in deciding the purchase. As a new player in the children's toothpaste business, Cussons Kids strives to become a consumer choice brand as a child toothpaste producer. However, the impact of intense competition made Cussons Kids from the beginning of its emergence experienced a decline in market share and sales growth. This indicates a decrease in consumer purchases due to marketing mix factors that influence consumer purchasing decisions. The purpose of this study was to determine the factors of marketing mix namely products, prices, product availability and promotions that influence consumer decisions in buying children's toothpaste.

The sampling technique with non probability sampling method and the number of samples as many as 100 respondents. The objects in this study are mothers at Carrefour retail stores in the area of Kunigan, Central Jakarta. This research sample is consumers of children using toothpaste. Data analysis method uses multiple linear regression analysis, t test, f test and determination coefficient.

Based on the data analysis, it was concluded that the results of the t test showed that the product, price and product availability had a significant effect on the purchasing decision but the promotion results showed no effect and were not significant. The results of the F test show that the product, price, product availability and promotion simultaneously influence the buyer decision. The result of the coefficient of determination is 72.2%, this means that purchasing decisions are influenced by product factors, prices, product availability and promotion. While the remaining 27.8% is influenced by other factors that are not observed.

Keywords: product, price, product availability, promotion, purchase decision

ABSTRAK

ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PASTA GIGI ANAK

(KASUS PASTA GIGI ANAK MEREK CUSSONS KIDS)

Melihat dari banyaknya pesaing pasta gigi anak maka perusahaan harus memahami bagaimana perilaku konsumen dalam memutuskan pembelian. Sebagai pemain baru di bisnis pasta gigi anak, Cussons Kids berusaha menjadi merek yang menjadi pilihan konsumen sebagai produsen pasta gigi anak. Namun dampak dari persaingan yang sangat ketat membuat Cussons Kids dari awal kemunculannya mengalami penurunan dalam *market share* dan pertumbuhan penjualannya. Hal ini mengindikasikan adanya penurunan pembelian konsumen dikarenakan faktor bauran pemasaran yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor bauran pemasaran yaitu produk, harga, ketersediaan produk dan promosi yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli pasta gigi anak.

Teknik pengambilan sampel dengan metode non probabilitas sampling dan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Obyek dalam penelitian ini adalah para ibu di toko retail Carrefour area Kunigan, Jakarta Pusat. Penelitian ini sampelnya adalah konsumen pengguna pasta gigi anak. Metode analisis datanya menggunakan analisis regresi linear berganda, uji t, uji f dan koefisien determinasi. Berdasarkan analisis data disimpulkan bahwa hasil uji t menunjukkan bahwa produk, harga dan ketersediaan produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian namun hasil promosi menunjukkan tidak berpengaruh dan tidak signifikan. Hasil uji f menunjukkan bahwa produk, harga, ketersediaan produk dan promosi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hasil koefisien determinasi adalah 72.2% hal ini berarti keputusan pembelian dipengaruhi oleh faktor-faktor produk, harga, ketersediaan produk dan promosi. Sementara sisanya sebesar 27,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak ikut terobservasi.

Kata kunci : produk, harga, ketersediaan produk, promosi, keputusan pembelian

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
UNGKAPAN TERIMA KASIH	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
ABSTRACT	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	9
1.3 Rumusan Masalah.....	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Manfaat Penelitian.....	10
1.5.1 Manfaat Praktis	10
1.5.2 Manfaat Teoritis.....	11
2. DESKRIPSI PERUSAHAAN	12
2.1 Sejarah PZ Cussons	12
2.2 Struktur Organisasi PZ Cussons	13
2.3 Strategi PZ Cussons.....	16
2.3.1 Produk.....	18
2.3.2 Harga.....	19
2.3.3 Ketersediaan Produk	20
2.3.4 Promosi	20
2.4 Cussons Kids	21
3. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	24
3.1 Bauran Pemasaran	24
3.2 Produk.....	24
3.2.1 Kemasan.....	26
3.2.2 Desain	27
3.3 Harga	28
3.4 Ketersediaan Produk.....	29
3.5 Promosi.....	31
3.5.1 Iklan	31

3.5.2	Promosi Penjualan	32
3.6	Keputusan Pembelian	33
3.7	Penelitian Terdahulu.....	33
3.8	Kerangka Pemikiran	38
3.9	Pengembangan Hipotesis.....	36
3.10	Hipotesis Hubungan Variabel Independen dan Dependen	39
3.10.1	Hubungan Produk terhadap Keputusan pembelian	39
3.10.2	Hubungan harga terhadap keputusan pembelian.....	39
3.10.3	Hubungan Ketersediaan terhadap Keputusan Pembelian	40
3.10.4	Hubungan promosi terhadap keputusan pembelian	40
4.	METODOLOGI PENELITIAN	41
4.1	Lokasi Penelitian	41
4.2	Jenis dan Pendekatan Penelitian	41
4.3	Populasi dan Sampel.....	41
4.4	Teknik Pengambilan Sampel	42
4.5	Sumber Data	42
4.6	Definisi Operasional Variabel	42
4.7	Skala Ukur	45
4.8	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian	45
4.8.1	Uji Validitas Penelitian.....	45
4.8.2	Uji Realibilitas Penelitian	46
4.9	Uji Normalitas	46
4.10	Uji Multikolineritas	47
4.11	Uji Heteroskedastisitas	47
4.12	Regresi Linier Berganda.....	47
5.	HASIL DAN PEMBAHASAN	49
5.1	Karateristik Responden.....	49
5.2	Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian	50
5.3	Uji Multikolineritas	52
5.4	Uji Heteroskedastisitas	53
5.5	Uji Uji Normalitas	53
5.6	Analisis Regresi Linear Berganda	54
5.7	Pembahasan	57
6.	KESIMPULAN DAN SARAN	60
6.1	Kesimpulan.....	60
6.2	Keterbatasan Penelitian	60
6.3	Implikasi Penelitian	61
6.4	Saran	61
	DAFTAR PUSTAKA	63
	LAMPIRAN.....	66

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Market Share Value Share Kategori Pasta Gigi Anak	3
Tabel 1.2. Pertanyaan dan Jawaban Pra Survei.....	8
Tabel 1.3. Presentase Variabel Pra Survei	8
Tabel 3.1. Penelitian Terdahulu	34
Tabel 4.1. Operasional Variabel.....	43
Tabel 5.1. Karakteristik Responden	49
Tabel 5.2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrument	51
Tabel 5.3. Hasil Uji Multikloneritas	52
Tabel 5.4. Regresi Linier.....	54
Tabel 5.5. Model Summary.....	56
Tabel 5.6. Hasil Uji Regresi Linier dengan Uji F	57

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. Kriteria sample FGD	5
Gambar 1.2. Profil Peserta FGD.	5
Gambar 1.3. Hasil Penelitian Memilih Merek Pasta Gigi Anak	6
Gambar 2.1. Struktur Organisasi <i>Commercial Asia-Leadership</i> PZ Cussons....	14
Gambar 2.2. Struktur Organisasi <i>Asia Marketing</i> PZ Cussons	15
Gambar 2.3. Struktur Organisasi Indonesia <i>Sales-Leadership</i> PZ Cussons	15
Gambar 2.4. Struktur Organisasi <i>Human Resources</i> PZ Cussons	16
Gambar 2.5. Portfolio Produk Cussons Baby di PZ Cussons	18
Gambar 2.6. Portfolio Produk Cussons Kids di PZ Cussons	19
Gambar 2.7. Strategi Tier Harga Toothpaste Cussons Kids-PZ Cussons.....	20
Gambar 3.1. Proses Keputusan Pembelian	33
Gambar 3.2. Kerangka Pemikiran.....	39
Gambar 5.1. Uji Heteroskedastisitas.....	53
Gambar 5.1. <i>Scater Plot</i> Uji Normalitas	54

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian	66
Lampiran 2. Hasil Ouput Uji Validitas dan Reliabilitas.....	69
Lampiran 3. Hasil Ouput Regresi Linear Berganda.....	75