

**ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS
LAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN AIR MINUM KEMASAN MEREK SAFE
PADA PT AIRKYNDO DI SURABAYA**

T E S I S

OLEH :

**ANTONIUS NATADJAJA
NIM : 8112405018**



**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
AGUSTUS 2006**

**ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS
LAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN AIR MINUM KEMASAN MEREK SAFE
PADA PT AIRKYNDO DI SURABAYA**

TESIS

**Diajukan kepada
Universitas Katolik Widya Mandala
Untuk memenuhi persyaratan
Dalam menyelesaikan program Magister
Manajemen**

**Oleh :
Antonius Natadjaja
8112405018**

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

PROGRAM PASCASARJANA

PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN

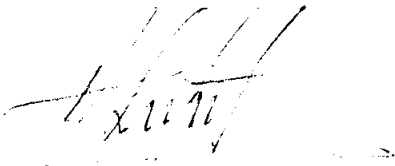
AGUSTUS 2006

LEMBAR PERSETUJUAN

Tesis oleh Antonius Natadjaja ini telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

Surabaya, 10 Agustus 2006

Pembimbing :



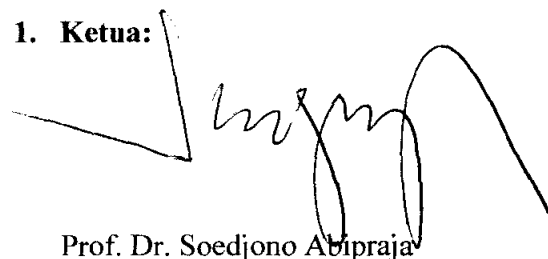
(Prof V Henky Supit. SE. AK)
NIP

Lembar Penetapan Panitia Penguji Tesis

**Tesis ini telah diuji dan dinilai
Oleh Panitia Penguji pada
Program Pascasarjana Unika Widya Mandala Surabaya
Pada Tanggal 29 Agustus 2006**

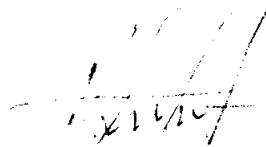
Panitia Penguji

1. Ketua:



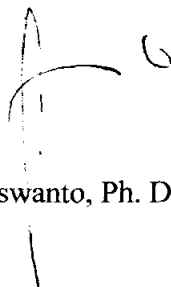
Prof. Dr. Soedjono Abipraja

2. Sekretaris:



Prof. V. Henky Supit, SE, AK

3. Anggota:

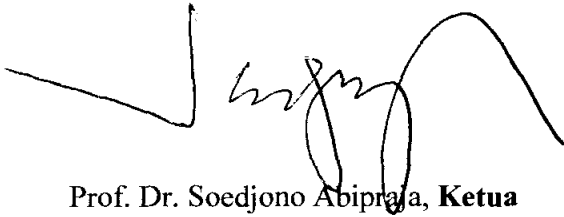


Y. B. Budi Iswanto, Ph. D.

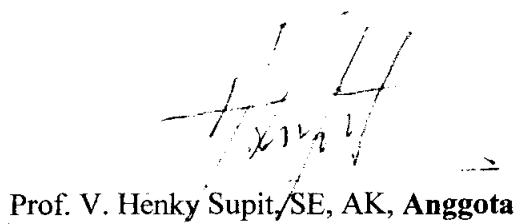
Lembar Persetujuan dan Pengesahan Tesis

Tesis oleh Antonius Natadjaja ini telah dipertahankan didepan dewan penguji
Pada tanggal 29 Agustus 2006

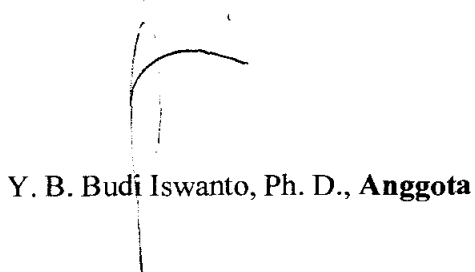
Dewan Penguji



Prof. Dr. Soedjono Abipraja, **Ketua**



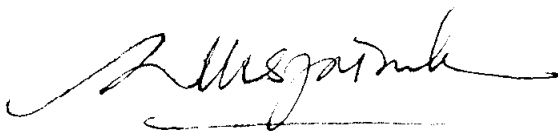
Prof. V. Henky Supit, SE, AK, **Anggota**



Y. B. Budi Iswanto, Ph. D., **Anggota**

Mengetahui

Direktur Program Pascasarjana



Prof. Dr Wuri Soedjatmiko

Nip

KATA PENGANTAR

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan karuniaNya yang telah dilimpahkan kepada penulis, karena penulis berhasil menyusun tesis dengan judul “Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Kemasan Merek Safe Pada PT Airkyndo Di Surabaya”. Penyusunan tesis ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat mencapai gelar Magister Manajemen Pascasarjana Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Penulis menyadari bahwa dalam menyelesaikan tesis ini tidak terlepas dari usaha, dukungan serta bantuan dari berbagai pihak dan khususnya atas segala bimbingan serta waktu yang telah disediakan hingga terselesaikannya tesis ini. maka pada kesempatan ini, dengan tulus penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. J.S Ami Soewandi, selaku Rektor Universitas Katolik Widya Mandala
2. Ibu Prof. Dr Wuri Soedjatmiko, selaku Direktur program Studi Magister Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala.
3. Bapak Prof. Dr. Soedjono Abipraja selaku ketua program Studi Magister Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala.
4. Bapak Prof. V. Henky Supit, SE, AK selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan dalam penyelesaian penulisan Tesis ini

5. Seluruh Staff Pengajar Program Magister Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala yang selama ini telah memberikan bekal ilmu dan bimbingan yang diberikan selama perkuliahan.
6. Bapak Lucky Tedjo Prajogo selaku pimpinan sekaligus pemilik perusahaan air minum dalam kemasan merek Safe beserta staffnya yang telah menyediakan waktu untuk memberikan masukan dalam penyusunan tesis ini.
7. Orang tua dan saudara yang telah membantu dan memberikan dorongan yang besar kepada penulis dalam menyelesaikan tesis ini.
8. Teman-teman dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, atas bantuan yang telah diberikan sehingga tersusunnya tesis ini.

Dalam penyusunan tesis ini, penulis menyadari bahwa masih banyak terdapat kesalahan serta kekurangan karena keterbatasan dari pihak penulis sendiri, sekalipun demikian diharapkan tesis ini dapat bermanfaat dan menambah pengetahuan bagi kita semua.

Surabaya, Agustus 2006

Antonius Natadjaja SE

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Dalam	
Halaman Prasyarat Gelar	
Lembar Persetujuan	
Lembar Penetapan Panitia Penguji	
Kata Pengantar.....	i
Daftar Isi.....	iii
Daftar Tabel.....	vi
Daftar Gambar.....	vii
Daftar Lampiran.....	viii
Abstrak.....	ix
Bab 1 : PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Permasalahan.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.3.1 Tujuan Umum.....	4
1.3.2 Tujuan Khusus.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
Bab 2: TINJAUAN KEPUSTAKAAN	
2.1 Penelitian Terdahulu.....	6
2.2 Landasan Teori.....	7
2.2.1 Pengertian Pemasaran.....	7
2.2.2 Citra Merek	8
2.2.3 Kualitas Pelayanan.....	11
2.2.4 Harga.....	13
2.2.4.1 Mengadaptasi Harga.....	14
2.2.5 Keputusan Pembelian.....	17
2.2.6 Hubungan Citra Merk, Kualitas Layanan	

	dan Harga dengan Keputusan Pembelian.....	21
Bab 3:	KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS	
	3.1 Kerangka Konseptual Penelitian.....	23
	3.2 Hipotesis.....	24
BAB 4:	METODE PENELITIAN	
	4.1 Desain Penelitian.....	25
	4.2 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	25
	4.3 Identifikasi Variabel.....	26
	4.4 Definisi Operasional.....	26
	4.5 Jenis dan Sumber Data.....	28
	4.6 Pengukuran Data.....	29
	4.7 Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	30
	4.8 Pengujian Hipotesis.....	35
BAB 5:	ANALISIS HASIL PENELITIAN	
	5.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	39
	5.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	39
	5.1.2 Lokasi Perusahaan.....	39
	5.1.3 Struktur Organisasi.....	41
	5.2 Analisis dan Hasil Penelitian.....	47
	5.3 Uji Validitas dan Reabilitas.....	48
	5.4 Uji Asumsi Klasik.....	50
	5.5 Deskripsi Data.....	51
	5.5.1 Tanggapan Terhadap Pertanyaan Mengenai Variabel Citra Merek (X_1).....	51
	5.5.2 Tanggapan Terhadap Pertanyaan Mengenai Variabel Kualitas Layanan (X_2).....	53
	5.5.3 Tanggapan Terhadap Pertanyaan	

Mengenai Variabel Harga (X_3).....	55
5.5.4 Tanggapan Terhadap Pertanyaan	
Mengenai Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	56
5.6 Analisis Data.....	57
5.6.1 Analisis koefisien regresi linier berganda.	57
5.6.2 Analisis koefisien determinasi berganda	
(R^2) dan koefisien korelasi berganda (R).....	59
5.6.3 Analisis koefisien Korelasi parsial (r).....	60
5.7 Pengujian Hipotesis.....	60
5.7.1 Uji koefisien regresi secara serempak	
(uji F).....	60
5.7.2 Uji koefisien regresi secara parsial (uji t)	62
BAB 6. PEMBAHASAN	
6.1 Pembahasan.....	66
BAB 7 SIMPULAN DAN SARAN	
7.1 Simpulan.....	69
7.2 Saran.....	70
DAFTAR KEPUSTAKAAN.....	72
LAMPIRAN.....	74

DAFTAR TABEL

Nomor		Halaman
5.1	Kelompok Responden Berdasarkan Tempat Tinggal	47
5.2	Kelompok Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	47
5.3	Uji Validitas dan Reliabilitas	49
5.4	Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Mengenai Variabel Citra Merek	52
5.5	Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Mengenai Variabel Kualitas Layanan	54
5.6	Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Mengenai Variabel Harga	55
5.7	Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Mengenai Variabel Keputusan Pembelian	57
5.8	Hasil Pengolahan dengan Program SPSS.....	58

DAFTAR GAMBAR

Nomor		Halaman
5.1	Struktur Organisasi PT Airkyndo di Surabaya	42
5.2	Kurva Hasil Uji F.....	62
5.3	Kurva Hasil Uji t.....	65

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor		Halaman
1	Kuesioner	74
2	Tanggapan Responden Mengenai Citra Merek, Kualitas Layanan Dan Harga Air Minum Kemasan Merek Safe Pada PT Airkyndo Di Surabaya	77
3	Tanggapan Responden Mengenai keputusan Pembelian Air Minum Kemasan Merek Safe Pada PT Airkyndo Di Surabaya	79
4	Frequencies Citra Merek (X1), Kualitas Layanan (X2), Harga (X3) dan Keputusan Pembelian (Y)	80
5	Uji Validitas dan Reliabilitas	86
6	Regression	94
7	Nonparametric Correlations	96
8	Interprestasi Nilai Koefisien Korelasi	97
9	Tabel F	98
10	Tabel t	99
11	Tabel r	100

ABSTRACT

ABSTRACT

The existence of water are very vital for continuity of human life, Especially for drinking water, we need really clean water and free from micro organism/ dangerous particles. Like known water from PDAM, are under health standard and not allowed to be dranked, although it have been cooked. Condition like that emerge idea to create drinking water which is hygienes. It is later then created drinking water in bottled (AMDK) which can directly dranked because it has been then sterilization process.

In this research is we analized behavior of consumer peculiarly regarding brand image, quality of service, and price which have influence decision of purchasing drinking water Safe at PT Airkyndo in Surabaya. The goal of this research is to know and to analys influence simultan of band image, quality of service and price to decision purchasing drinking water Safe at PT Airkyndo in Surabaya and to know influence of parsial brand image, quality of service and price to decision of purchasing drinking water Safe at PT Airkyndo in Surabaya.

Examination of significant regretion simultaneously by using of F test yield F count equal to 27,023 bigger than F tables equal to 2,807. Thereby, first hypothesis which raised to be accepted. Contribution image brand, quality of service and price to change of decision of purchasing (R^2) is equal to 0,638 meaning that the level contribution of brand image, quality of service and price simultaneously to change of decision of purchasing is equal 63,8%. While at second hypothesis that is anticipated that brand image, quality of service and price by parcial influence decision in conducting purchasing of drinking water of Safe PT Airkyndo in Surabaya is proven. This can be seen by result of t test at storey level 5% where value of t count obtained brand image variable equal to 2,790, variable of is quality of service obtained equal to 5,288, and price variable obtained equal to 3,234. Value of t count compared to value of t tables at storey level of significant equal to 5% is bigger because value of t tables only equal to 2,013. Pursuant to value of t count earn is also known that value of t count variable of is quality of service 5,288 larger from other variable t count mean variable of is quality of service have dominant influence.

Keywords: Marketing analysis factor, buying decision.