

PROGRAM PASCASARJANA

**MAGISTER MANAJEMEN
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Nama : **GANDHI WIDIARNOKO**
NIM : **041401603125002**
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul TA/Tesis : **PENGARUH PELAYANAN, HARGA, DAN PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI PELANGGAN
PROYEK PADA PT. KOKOH INTI AREBAMA (KIA
KERAMIK)**

**Telah disetujui dan diterima untuk memenuhi sebagian dari persyaratan
guna memperoleh gelar Magister Manajemen**

Jakarta, 8 Agustus 2016

Pembimbing I

Pembimbing II

(Prof. Dr. Djumarno, SE., MBA.)

(Dr. Arifin Siagian, SE., MM)

Program Pascasarjana,

Dekan,

Ketua Program Studi,

(Adolpino Nainggolan, SE., M.Ak.)

(Dr. Darlius, SE., MM.)

PROGRAM PASCASARJANA

**MAGISTER MANAJEMEN
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

TANDA PERSETUJUAN TESIS

Nama : **GANDHI WIDIARNOKO**
NIM : **041401603125002**
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul TA/Tesis : **PENGARUH PELAYANAN, HARGA, DAN PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI PELANGGAN
PROYEK PADA PT. KOKOH INTI AREBAMA (KIA
KERAMIK)**

PANITIA UJIAN

Tanggal 18 Agustus 2016

Ketua : Dr. Endri, SE.,MM., ()
Anggota : Prof. Dr. Djumarno, SE., MBA ()
Anggota : Dr. Arifin Siagian, SE., MM ()

Telah disetujui dan diterima untuk memenuhi sebagian dari persyaratan guna memperoleh gelar Magister Manajemen

Jakarta, September 2016
Program Pascasarjana

(.....)

PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa yang tertulis di dalam tesis ini benar-benar hasil karya sendiri, bukan jiplakan dari karya tulis orang lain baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat dalam skripsi ini dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik ilmiah. Apabila dikemudian hari terbukti tesis ini adalah hasil jiplakan dari karya tulis orang lain maka saya bersedia menerima sanksi sesuai ketentuan yang berlaku.

Jakarta, Agustus 2016

Gandhi Widiarnoko, Amd., ST
NIM : 041401603125002

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmatnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis dengan judul “PENGARUH PELAYANAN, HARGA, DAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI PELANGGAN PROYEK PADA PT. KOKOH INTI AREBAMA (KIA KERAMIK)”.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak, skripsi ini tidak dapat tersusun. Oleh karena itu, penulis sampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Prof. Dr. Lijan P.S, MM., Mpd Rektor Universitas Satya Nagara Indonesia yang telah memberikan kesempatan untuk menuntut ilmu di Universitas Satya Nagara Indonesia.
2. Adolpino Nainggolan, SE., M.Ak. Dekan Fakultas Ekonomi yang telah memberikan kemudahan administrasi dalam perijinan pelaksanaan penelitian.
3. Dr. Darlius, SE., MM., Kepala Program Studi Magister Manajemen yang telah memberikan kemudahan administrasi dalam perijinan pelaksanaan penelitian.
4. Prof. Dr. Djumarno, SE., MBA Pembimbing Tesis I yang dengan penuh kesabaran telah memberikan bimbingan dan pengarahan hingga selesainya tesis ini.
5. Dr. Arifin Siagian, SE., MM Pembimbing Tesis II yang dengan penuh kesabaran telah memberikan bimbingan dan pengarahan hingga selesainya skripsi ini.
6. Dr. Endri, SE.,MM., ketua penguji tesis yang telah memberikan masukan dan saran-saran dalam perbaikan skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi khususnya jurusan Manajemen atas segala ilmu yang diberikan.
8. Rekan – rekan kerja di PT. Kokoh Inti Arebama, Tbk yang banyak memberikan dukungannya agar tesis ini bisa selesai
9. Teman-teman magister manajemen angkatan 2013 yang selalu ada saat bimbingan terimakasih atas bantuan dan kerjasamanya, dan
10. Semua pihak yang telah membantu penyusunan tesisi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, serta
11. Keluarga Istri tercinta Teti Haryati dan ananda Alesha Clara WZ tersayang yang selama ini memberikan dukungan dan do’a dalam penyelesaian tesis.

Semoga segala kebaikan Bapak/ Ibu dan Rekan-rekan serta keluarga semua mendapat balasan dari Allah SWT. Harapan penulis semoga tesis ini dapat bermanfaat untuk semua pihak.

Jakarta, Agustus 2016

Gandhi Widiarnoko

ABSTRAK

PENGARUH PELAYANAN, HARGA, DAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI PELANGGAN PROYEK PADA PT. KOKOH INTI AREBAMA (KIA KERAMIK)

Harga, kualitas pelayanan, dan produk merupakan faktor yang mempengaruhi keputusan pelanggan. Dalam kasus ini Harga, Kualitas Pelayanan, dan Produk pada KIA keramik sudah terbilang baik, namun kenyataannya belum dapat memberikan kontribusi yang maksimal terhadap kepuasan pelanggan mereka. Hal ini bisa ditunjukkan oleh penurunan pendapatan 4 tahun terakhir yang cukup banyak antara tahun 2012 dan 2015. Jika dibiarkan hal ini dapat membuat KIA keramik tersebut mengalami kerugian cukup besar. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan produk terhadap keputusan pelanggan pada PT. Kokoh Inti Arebama.

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan proyek yang terdiri dari kontraktor dan developer. Sampel ditentukan dengan teknik Slofin, dengan responden sebanyak 33 orang . Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuisioner (angket). Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji instrume (uji validitas dan uji reliabilitas), uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, pengujian hipotesis, dan koefisien determinasi dengan menggunakan program SPSS 23.

Hasil penelitian diperoleh persamaan regresi linier berganda $Y = 15.074 + (0.165X_1) + (0,07X_2) + 0.470X_3$. Hasil hipotesis secara simultan (Uji F) didapatkan F hitung sebesar 5.441 dengan tingkat signifikan 0,04. Karena probabilitas jauh lebih kecil dari 0,05. Sedangkan dari hasil uji parsial (Uji t) diperoleh t hitung untuk variabel harga sebesar 15,074 dan t hitung variabel kualitas pelayanan sebesar 4,687 lalu t hitung untuk variabel produk sebesar 2,719 dimana probabilitasnya lebih kecil dari 0, koefisien determinasi (Adjusted R^2) sebesar 0,361 hal ini berarti 36,1 % kepuasan pelanggan proyek pada KIA keramik dipengaruhi oleh harga,kualitas pelayanan, dan produk. Simpulan dan saran dari penelitian ini adalah ada pengaruh secara parsial dan simultan antara harga, kualitas pelayanan, dan produk terhadap keputusan membeli pelanggan proyek.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Pelayanan, Produk, Keputusan Pelanggan

ABSTRACT

EFFECT OF SERVICE, PRICES, AND THE PRODUCTS ON THE DECISION TO BUY CUSTOMER PROJECT PT. Kokoh Inti Arebama (KIA CERAMIC)

The price, quality of service and products are factors that influence customer decisions. In this case the price, quality of service and products in ceramic KIA is fairly good, but the fact has not been able to give a maximum contribution to the satisfaction of their customers. This can be demonstrated by a decline in revenue last 4 years which is pretty much between 2012 and 2015. If left unchecked this can make the ceramic KIA suffered substantial losses. The purpose of this study to determine the effect of price, quality of service and product to the customer's decision on PT. Arebama solid core.

The population in this study is customer projects consisting of contractors and developers. The sample is determined by the technique Slofin, with respondents as many as 33 people. Data collection techniques used were questionnaires (questionnaire). The analysis technique used in this research is to test instrume (validity and reliability testing), the classic assumption test, multiple regression analysis, hypothesis testing, and the coefficient of determination using SPSS 23.

The results obtained by multiple linear regression equation $Y = 15.074 + (0.165X_1) + (0,07X_2) + 0.470X_3$. The results of simultaneous hypothesis (Test F) obtained F count equal to 5.441 with a significant level of 0.04. Since the probability is much smaller than 0.05. While the results of the partial test (t test) obtained t count for the variable price of 15.074 and the t variable quality of service equal to 4.687 and the t variable product amounted to 2.719 where the probability is smaller than 0, the coefficient of determination (Adjusted R2) of 0.361 case this means that 36.1% customer satisfaction project at MCH ceramics influenced by the price, quality of service and products. Conclusions and suggestions from this study is there partially and simultaneously influence of price, quality of service and products on purchase decisions of customers projects.

Keywords: Price, Quality of Service, Product, Customer Decisions

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN TESIS	ii
PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	3
1.3. Tujuan Penelitian	3
1.4. Manfaat Penelitian	4
BAB II LANDASAN TEORI	5
2.1. Keputusan Pelanggan	5
2.1.1. Pengertian Keputusan Pelanggan	5
2.1.2. Indikator Keputusan Pelanggan	8
2.1.3. Atribut Pembentuk Keputusan Pelanggan	10
2.2. Harga	12
2.2.1. Pengertian Harga	12
2.2.2. Peranan Harga	13
2.2.3. Indikator Harga	14
2.3. Kualitas Pelayanan	15
2.3.1. Pengertian Kualitas Pelayanan	15
2.3.2. Indikator Kualitas Pelayanan	16
2.3.3. Prinsip-prinsip Kualitas Pelayanan	17
2.4. Produk.....	18
2.4.1. Pengertian produk	18
2.4.2. Klasifikasi produk	18
2.4.2. Tingkatan produk	20
2.5. Penelitian Terdahulu.....	21
2.6. Kerangka Berpikir	24
2.7. Hipotesis Penelitian	25

BAB III METODE PENELITIAN	26
3.1. Populasi dan Sampel.....	26
3.1.1. Populasi	26
3.1.2. Sampel.....	26
3.2. Metode Pengumpulan Data	27
3.2.1. Variabel Bebas (<i>Independent</i>).....	27
3.2.2. Variabel Terikat (<i>Dependent</i>).....	30
3.3. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	31
3.3.1. Uji Validitas	31
3.3.2. Uji Reliabilitas	34
3.4. Metode Analisis Data	35
3.4.1. Analisis Deskriptif Persentase.....	35
3.4.2. Analisis Regresi Linier Berganda	37
3.5. Uji Asumsi Klasik	38
3.5.1. Uji Normalitas	38
3.5.2. Uji Multikolinieritas.....	38
3.5.3. Uji Heteroskedastisitas.....	38
3.6. Uji Hipotesis	38
3.6.1. Uji Parsial.....	38
3.6.2. Uji Simultan	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	40
4.1. Hasil Penelitian.....	40
4.1.1. Karakteristik Responden	40
4.1.2. Deskripsi Usia Responden	40
4.1.3. Deskripsi Jenis Kelamin Responden	40
4.2. Deskriptif Variabel Penelitian	41
4.2.1. Variabel Harga	41
4.2.2. Variabel Kualitas Pelayanan	42
4.2.3. Variabel Produk	42
4.2.4. Variabel Kepuasan Pelanggan.....	43

4.3. Uji Asumsi Klasik	44
4.3.1. Normalitas Data	46
4.3.2. Analisis Regresi Berganda	48
4.3.3. Pengujian Hipotesis.....	49
4.3.4. Koefisien Determinasi Ganda	51
4.4. Pembahasan	51
BAB V PENUTUP.....	57
5.1. Simpulan.....	57
5.2. Saran.....	58
DAFTAR PUSTAKA.....	59
LAMPIRAN.....	60