



**ANALISIS PENGARUH PENJUALAN PERSONAL DAN
PENGEMBANGAN PRODUK TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN YANG DIMEDIASI
MELALUI KEPUASAN PELANGGAN PADA
PT SCG READYMIX INDONESIA
(SIAM CEMENT GROUP)**

TESIS

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

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**
CHRISTIAN PUTRANEGARA
55115310073

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2017**



ABSTRACT

This research aims to examine and analyze the effect of personal selling and product development as well as their impact on customer loyalty mediated by customer satisfaction at PT SCG Readymix Indonesia. The method used in this research is path analysis, the path analysis have two paths. On the first track the influence of personal selling and product development on customer satisfaction. On the second track the influence of personal selling and product development on customer loyalty through customer satisfaction. The population of this study is customer of PT SCG Readymix Indonesia and obtained a sample of 100 respondents. The result showed that personal selling and product development has positive and significant effect on customer satisfaction. In addition, the result of study also showed that personal selling, product development and customer satisfaction have positive and significant effect on customer loyalty. Based on the research result, customer satisfaction and customer loyalty can be enhanced with the continuous improvement of personal selling and product development.

Keywords: Personal selling, project development, customer satisfaction, customer loyalty.



U N I V E R S I T A S
M E R C U B U A N A

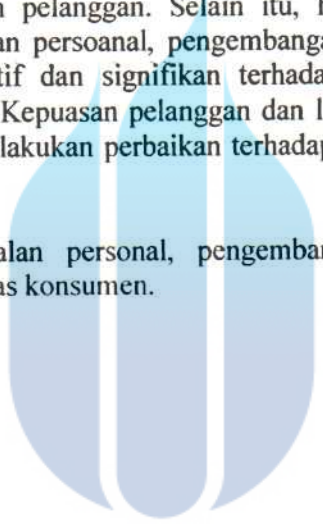


UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh penjualan personal dan pengembangan produk terhadap loyalitas konsumen yang dimediasi kepuasan pelanggan PT SCG Readymix Indonesia. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis jalur, terdapat dua jalur. Jalur pertama melihat pengaruh penjualan personal dan pengembangan produk terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan, jalur kedua melihat pengaruh penjualan personal dan pengembangan produk terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan pelanggan. Populasi penelitian ini adalah konsumen PT SCG Readymix Indonesia dan diperoleh sampel sebanyak 100 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penjualan personal dan pengembangan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa penjualan personal, pengembangan produk dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Berdasarkan hasil penelitian, Kepuasan pelanggan dan loyalitas konsumen dapat ditingkatkan dengan terus melakukan perbaikan terhadap penjualan personal dan pengembangan produk.

Kata kunci : Penjualan personal, pengembangan produk, kepuasan pelanggan dan loyalitas konsumen.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Analisis Pengaruh Penjualan Personal Dan Pengembangan Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Yang Dimediasi Melalui Kepuasan Pelanggan Pada PT. SCG Readymix Indonesia (Siam Cement Group)

Bentuk Tesis : Penelitian Kuantitatif

Nama : Christian Putranegara

NIM : 55115310073

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 18 Oktober 2017

Mengesahkan

Pembimbing

(Dr.M.Ali Iqbal, M.Sc)

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Direktur Program Pascasarjana

Ketua Program Studi Magister Manajemen



(Prof.Dr.Didik J. Rachbini)



(Dr.Aty Herawati, M.Si)



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

LEMBAR PERNYATAAN

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

Judul : Analisis Pengaruh Penjualan Personal Dan Pengembangan Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Yang Dimediasi Melalui Kepuasan Pelanggan Pada PT. SCG Readymix Indonesia (Siam Cement Group)

Bentuk Tesis : Penelitian Kuantitatif

Nama : Christian Putranegara

NIM : 55115310073

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 30 Agustus 2017

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan 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 Agustus 2017



(Christian Putranegara)



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, Atas berkat dan rahmatnya akhirnya tesis penelitian dapat diselesaikan dengan tepat waktu.

Tesis ini ditulis dalam rangka memenuhi persyaratan untuk memperoleh Magister Manajemen pada Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Dr. M.Ali Iqbal, M.Sc selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan masukan atas terselesainya karya ilmiah ini.
2. Prof. Dr. Ngadino Surip, M.S selaku dosen penguji tesis ilmiah ini yang telah memberikan saran dan masukan untuk menyempurnakan tesis ini.
3. Prof. Dr.Didik J. Rachbini selaku Direktur Program Pascasarjana
4. Dr. Aty Herawati, M.Si selaku Ketua Program Study Magister Manajemen
5. Dr. Ahmad Badawi, SE, MM selaku Sekretaris Program Study Magister Manajemen dan seluruh dosen pengajar program study Magister Manajemen Universitas Mercubuana
6. Keluarga tercinta yang sudah memberikan dukungan dan doa sepenuhnya kepada penulis dalam menyelesaikan penelitian tesis ini.
7. Manajemen PT SCG Readymix Indonesia mulai dari Direksi, GM, Manager dan seluruh staff karyawan PT SCG Readymix Indonesia.terutama team sales yang sudah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan tesis penelitian ini.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

8. Teman Sejawat Magister Management Universitas Mercubuana yang selalu mendukung, menyemangati dan memotivasi penulis baik spirit maupun mental dalam menyelesaikan tesis ini.
9. Semua pihak terutama responden, yang telah bersedia mengisi kuesioner penelitian ini

Semoga penelitian ini dapat bermanfaat untuk penelitian selanjutnya dan berguna bagi ilmu pengetahuan dan bagi perusahaan beton PT SCG Readymix Indonesia secara khusus dalam mengembangkan strategi bisnisnya untuk kemajuan perusahaan.



Penulis

Christian Putranegara

U N I V E R S I T A S
M E R C U B U A N A



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

	Halaman
<i>ABSTRACT</i>	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi, Perumusan dan Batasan Masalah	10
1.3 Maksud Dan Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Dan Kegunaan Penelitian	13
1.1 Sistematika Penulisan	11
BAB II. DESKRIPSI PERUSAHAAN	
2.1 Sejarah Perusahaan	14
2.2 Lingkup Dan Bidang Usaha	16
2.3 Sumber Daya	19
2.4 Tantangan Bisnis	21
2.1 Proses Kegiatan Fungsi Bisnis	21
BAB III. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESA	
3.1 Kajian Teori	25
3.2 Penelitian Terdahulu	95
3.3 Kerangka Pemikiran	104
3.4 Hipotesis	105
BAB IV. METODE PENELITIAN	
4.1 Jenis/Design Penelitian	107
4.2 Variabel Penelitian	107
4.3 Populasi Dan Sampel Penelitian	115
4.4 Jenis Dan Sumber Data	116
4.5 Teknik Pengumpulan Data	117
4.6 Teknik Analisis Data	118



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

BAB V. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
5.1	Karakteristik Responden 128
5.2	Hasil Analisis Kualitatif 132
5.3	Hasil Uji Hipotesis 139
5.4	Matriks Korelasi 147
5.5	Pembahasan Dan Hasil Penelitian 161
BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1	Kesimpulan 164
6.2	Saran 166
6.3	Keterbatasan Penelitian 170
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	



UNIVERSITAS
MERCU BUANA



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan PT SCG tahun 2015 dan 2016.....	2
Tabel 1.2 Market share Perusahaan beton readymix Indonesia	3
Tabel 1.3. Daftar Perusahaan Beton yang memiliki Pengembangan Produk	6
Tabel 1.4 Daftar Keluhan Pelanggan	8
Tabel 1.5 Survey Pendahuluan	8
Tabel 3.1 : Tabel Penelitian Terdahulu	95
Tabel 4.1 Definisi Operasional Variabel Penjualan Personal	110
Tabel 4.2 Definisi Operasional Variabel Pengembangan produk	111
Tabel 4.3 Definisi Operasional Variabel Kepuasan Pelanggan	112
Tabel 4.4 Definisi Operasional Variabel Loyalitas Konsumen	113
Tabel 4.5 Matriks Korelasi Antar Variabel	126
Tabel 4.6 Matriks Korelasi Antar Dimensi	127
Tabel 5.1a Uji Validitas Penjualan Personal	132
Tabel 5.1b Uji Validitas Pengembangan Produk	133
Tabel 5.1c Uji Validitas Kepuasan Pelanggan	133
Tabel 5.1d Uji Validitas Loyalitas Konsumen	133
Tabel 5.2 Hasil Uji Reliabilitas	134
Tabel 5.3a Uji Multikolonieritas Jalur 1	138
Tabel 5.3b Uji Multikolonieritas Jalur 2	139
Tabel 5.4 Hasil Uji Analisis Jalur Model 1	140
Tabel 5.5 Hasil Uji Analisis Jalur Model 2	142
Tabel 5.6 Pengaruh Langsung, Pengaruh Tidak Langsung, dan Pengaruh Total Dari Variabel Penelitian	146
Tabel 5.7 Matriks Korelasi Antar Variabel	147
Tabel 5.8 Pedoman menginterpretasikan Koefisien Korelasi	148
Tabel 5.9 Matriks Korelasi Antar Dimensi	150



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Penjualan PT SCG Readymix Indonesia	3
Gambar 1.2 <i>Market Share</i> Perusahaan beton <i>readymix</i> Indonesia	4
Gambar 1.3 Jumlah Tenaga penjual PT SCG Readymix	5
Gambar 1.4 Jumlah <i>Customer Complain</i> PT SCG Readymix Indonesia	7
Gambar 3.2 Kerangka Pemikiran	105
Gambar 4.1 Model Penelitian Persamaan Substruktural 1	109
Gambar 4.2 Model Penelitian Persamaan Substruktural 2	109
Gambar 4.3 Diagram Jalur Substruktural 1	123
Gambar 4.4 Diagram Jalur Substruktural 2	124
Gambar 5.1 Jenis Tipe Bisnis Konsumen	128
Gambar 5.2 Jenis Tipe Dari Segmen Konsumen	129
Gambar 5.3 Pengeluaran Rata-rata Konsumen	130
Gambar 5.4 Pekerjaan Jabatan Responden	130
Gambar 5.5 Jenis Kelamin Responden	131
Gambar 5.6 Pendidikan Responden	131
Gambar 5.7 Hasil Uji Normalitas jalur 1	135
Gambar 5.8 Hasil Uji Normalitas Jalur 2	135
Gambar 5.9 hasil Uji Heterokedastisitas Jalur 1	137
Gambar 5.10 hasil Uji Heterokedastisitas Jalur 2	137
Gambar 5.11 Diagram Jalur (<i>Path Analysis</i>) Model 1	144
Gambar 5.12 Diagram Jalur (<i>Path Analysis</i>) Model 2	145
Gambar 5.13 Diagram Jalur (<i>Path Analysis</i>) Model 1 dan Model 2	146



UNIVERSITAS
MERCU BUANA