



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN YANG
BERDAMPAK PADA KEPUASAN PELANGGAN**

(Studi Kasus pada PT Bumi Kaya Steel Industries)

TESIS

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

HENDRIKUS BUTO RITAN
55115320029

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2019**



**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN YANG
BERDAMPAK PADA KEPUASAN PELANGGAN**
(Studi Kasus pada PT Bumi Kaya Steel Industries)

TESIS

Diajukan sebagai salah satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Pascasarjana
Program Studi Magister Manajemen

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**HENDRIKUS BUTO RITAN
55115320029**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2019**

ABSTRACT

This study aims to determine whether there is an influence between product quality and brand image and purchasing decisions and their implications on customer satisfaction at PT Bumi Kaya Steel Industries, The method used was the method of survey by distributing questionnaires to 115 customers in the PT Bumi Kaya Steel Industries, The tools used to analyze the data is program Statistical Package for the Social Studies (SPSS) ver.23, meanwhile, analysis methods using Path Analysis. And the results show that the quality of product and brand image is influential purchasing decisions and have positive implications for customer satisfaction of PT Bumi Kaya Steel Industries. Value Coefficient of positive correlation coefficient values with an interpretation of a strong relationship level.

Keywords : Quality Product, Brand Image, Purchase Decision, Customer Satisfaction



U N I V E R S I T A S
MERCU BUANA

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara kualitas produk dan citra merek dan keputusan pembelian serta implikasinya terhadap kepuasan pelanggan di PT Bumi Kaya Steel Industries. Metode penelitian yang digunakan adalah dengan metode survey dengan menyebarkan kuesioner kepada 115 pelanggan PT Bumi Kaya Steel Industries. Alat yang digunakan untuk menganalisis data adalah program *Statistical Package for Social Studies* (SPSS) ver.23, sementara analisis data dengan menggunakan analisis jalur dan hasilnya menunjukkan bahwa kualitas produk dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian serta mempunyai implikasi positif terhadap kepuasan pelanggan PT Bumi Kaya Steel Industries. Nilai koefisien korelasi positif dengan interpretasi tingkat hubungan kuat.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Citra Merek, Keputusan Pembelian, Kepuasan Pelanggan



U N I V E R S I T A S
MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap
Keputusan Pembelian yang berdampak pada Kepuasan
Pelanggan (Studi Kasus pada PT Bumi Kaya Steel Industries)

Bentuk Tesis : Penelitian / Kajian Masalah Perusahaan

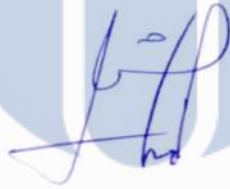
Nama : Hendrikus Buto Ritan

NIM : 55115320029

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 26 Oktober 2019

Mengesahkan
Pembimbing



(Prof. Dr. Arifin Sitio, M.Sc.)

Direktur Program Pascasarjana

Ketua Program Studi Magister Manajemen



(Prof. Dr. -Ing. Mudrik Alaydrus)



(Dr. Aty Herawati, M.Si.)

LEMBAR PERNYATAAN

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

Judul : Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian yang berdampak pada Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada PT Bumi Kaya Steel Industries)

Bentuk Tesis : Penelitian / Kajian Masalah Perusahaan

Nama : Hendrikus Buto Ritan

NIM : 55115320029

Program : Magister Manajemen

Tanggal :

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 pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, Juni 2019



Hendrikus Buto Ritan

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa serta segala Rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tesis yang berjudul : “Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian yang berdampak pada Kepuasan Pelanggan (Studi kasus pada PT. Bumi Kaya Steel Industries)”.

Tesis ini ditulis dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen di Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Bekasi. Penulis menyadari bahwa Tesis ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang secara langsung dan tidak langsung memberikan kontribusi dalam penyelesaian karya ilmiah ini. Secara khusus pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada :

- 1) Prof. Dr. Arifin Sitio, M.Sc. selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan penulis selama penyusunan Tesis ini dari awal hingga Tesis ini dapat diselesaikan.
- 2) Prof. Dr. Masyhudzulhak Djamil selaku penguji pada Seminar Proposal.
- 3) Prof. Dr. -Ing. Mudrik Alaydrus selaku Direktur Program Pascasarjana, beserta segenap jajarannya yang telah berupaya meningkatkan situasi kondusif di fakultas.
- 4) Dr. Aty Herawati, M.Si. selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen.
- 5) Dr. Ahmad Badawi Saluy, SE. MM, CHRA selaku Sekretaris Program Studi Magister Manajemen.
- 6) Dr. Ir. Sri Hartono, MM yang telah berbagi saran dan masukan sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini.
- 7) Seluruh dosen dan staf administrasi Program Studi Magister Manajemen.

- 8) Rekan-rekan mahasiswa yang telah menaruh simpati dan bantuan sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis ini.
- 9) Krisnawan HT Tambunan ST, Marketing Manager PT Bumi Kaya Steel Industries
- 10) Dipl. Ing. Karnadi Kasim, General Manager PT Bumi Kaya Steel Industries Plant Cikarang.
- 11) Bagas Kuntjoro, SE. MM, HRD Manager PT Bumi Kaya Steel Industries Plant Cikarang.
- 12) Istri dan anak saya tercinta, Ibunda, kakak adik saya, yang dengan penuh kasih sayang dan kesabarannya mendorong penulis untuk menyelesaikan karya ilmiah ini.
- 13) Semua pihak yang dengan kasih & kebbaikannya telah membantu kelancaran penyusunan Tesis ini, yang tidak dapat penulis sebutkan satu – satu.

Penulis menyadari masih terdapat kekurangan dalam penulisan Tesis ini. Oleh karena itu, dengan sikap terbuka mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari para pembaca demi perbaikan kedepannya.

Jakarta, Juni 2019

U N I V E R S I T A S Penulis

MERCU BUANA

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi

BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi, Pembatasan dan Perumusan Masalah	15
1.2.1 Identifikasi Masalah	15
1.2.2 Perumusan Masalah	15
1.2.3 Batasan Masalah	16
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	17
1.3.1 Maksud Penelitian	17
1.3.2 Tujuan Penelitian	17
1.4 Manfaat dan Kegunaan Penelitian	17
1.4.1 Manfaat Penelitian	17
1.4.2 Kegunaan Penelitian	18
1.5 Sistematika Penulisan	19

BAB II. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka	21
2.1.1 Pemasaran	21
2.1.1.1 Perilaku Konsumen Bisnis	22

2.1.1.2 Pasar Bisnis (<i>Business Market</i>).....	24
2.1.2 Kualitas Produk.....	29
2.1.2.1 Pengertian Produk.....	29
2.1.2.2 Tingkatan Produk.....	31
2.1.2.3 Klarifikasi Produk.....	33
2.1.2.4 Pengertian Kualitas Produk.....	36
2.1.2.5 Dimensi Kualitas Produk.....	38
2.1.3 Citra Merek.....	40
2.1.3.1 Pengertian Merek.....	40
2.1.3.2 Manfaat dan keuntungan Merek.....	42
2.1.3.3 Pengertian Citra Merek.....	45
2.1.3.4 Citra Perusahaan.....	47
2.1.3.5 Dimensi Citra Merek.....	50
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	57
2.1.4.1 Tipe-tipe Perilaku Pembelian.....	65
2.1.4.2 Dimensi Keputusan Pembelian.....	66
2.1.5 Kepuasan Pelanggan.....	68
2.1.5.1 Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	70
2.2 Penelitian Terdahulu.....	75
2.3 Kerangka Pemikiran.....	80
2.3.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	81
2.3.2 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	81
2.3.3 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan.....	82
2.3.4 Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan.....	83
2.3.5 Pengaruh Keputusan Pembelian terhadap Kepuasan Pelanggan.....	84
2.4 Hipotesis.....	85

BAB III. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian.....	86
3.1.1 Variabel Penelitian.....	88

3.2	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	89
3.2.1	Definisi Konsep	89
3.2.2	Definisi Operasional	91
3.2.3	Jenis dan Sumber Data.....	93
3.2.4	Pengukuran Variabel.....	94
3.3	Populasi dan Sampel.....	95
3.3.1	Populasi.....	95
3.3.2	Sampel.....	95
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	97
3.4.1	Wawancara.....	97
3.4.2	Angket atau Kuesioner.....	98
3.4.3	Studi Dokumentasi.....	98
3.5	Metode Analisis Data.....	98
3.5.1	Analisis Deskriptif.....	99
3.5.1.1	Mean	99
3.5.1.2	Median	100
3.5.1.3	Modus	101
3.5.2	Uji Instrumen Data.....	101
3.5.2.1	Uji Validitas Instrumen.....	101
3.5.2.2	Uji Reliabilitas Instrumen.....	102
3.5.3	Uji Persyaratan Analisis.....	103
3.5.3.1	Uji Normalitas.....	104
3.5.3.2	Uji Homogenitas.....	104
3.5.3.3	Uji Linieritas	105
3.5.3.4	Uji Multikolinieritas.....	105
3.5.3.5	Uji Heteroskedastisitas.....	106
3.5.4	Uji Inferensial (Uji Hipotesis)	107
3.5.4.1	Uji Regresi (Persamaan Regresi).....	107
3.5.4.2	Uji Parsial (t-test).....	108
3.5.4.3	Uji – F (Uji Simultan).....	109
3.5.4.4	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	111

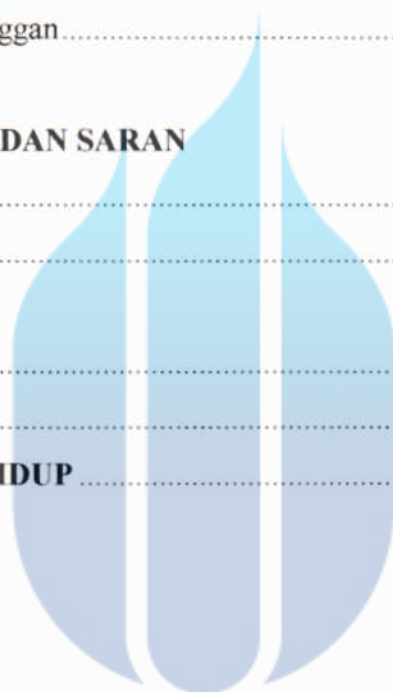
3.5.4.5 Uji Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	112
3.5.5 Analisis Matriks Korelasi	121
3.5.5.1 Analisis Matriks Korelasi Antar Variabel.....	122
3.5.5.2 Analisis Matriks Korelasi Antar Dimensi	123

BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Perusahaan.....	124
4.1.1 Sejarah Perusahaan	124
4.1.1.1 Visi dan Misi	125
4.1.1.2 Data Perusahaan.....	125
4.1.2 Lingkup dan Bidang Usaha.....	127
4.1.3 Sumber Daya.....	128
4.1.3.1 Sumber Daya Manusia	128
4.1.3.2 Struktur Organisasi.....	129
4.1.3.3 Sumber Daya Mesin.....	129
4.1.4 Tantangan Bisnis di Perusahaan	130
4.1.5 Proses / Kegiatan Fungsi Bisnis.....	132
4.1.5.1 Tahap Perencanaan / <i>Planning</i> (P).....	132
4.1.5.2 Tahap Pelaksanaan / <i>Do</i> (D)	133
4.1.5.3 Tahap Pemeriksaan / <i>Check</i> (C).....	134
4.1.5.4 Tahap Tindakan / <i>Action</i> (A).....	134
4.1.6 Alur Proses Menerima Pesanan Sampai Pengiriman Pesanan	135
4.2 Hasil Penelitian.....	136
4.2.1 Karakteristik Responden	136
4.2.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	137
4.2.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	137
4.2.1.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan.....	138
4.2.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jabatan	139
4.2.2 Analisa Deskriptif.....	140
4.2.3 Uji Instrumen Data Hasil Penelitian	145

4.2.3.1 Uji Validitas Instrumen.....	145
4.2.3.2 Uji Reliabilitas.....	148
4.2.4 Uji Persyaratan Analisis (Uji Asumsi Klasik).....	149
4.2.4.1 Uji Normalitas.....	149
4.2.4.1.1 Uji Normalitas Model 1.....	150
4.2.4.1.2 Uji Normalitas Model 2.....	151
4.2.4.2 Uji Homogenitas.....	153
4.2.4.3 Uji Linearitas.....	154
4.2.4.4 Uji Heteroskedastisitas.....	156
4.2.4.4.1 Uji Heteroskedastisitas Model 1.....	157
4.2.4.4.2 Uji Heteroskedastisitas Model 2.....	157
4.2.4.5 Uji Multikolinearitas.....	158
4.2.4.5.1 Uji Multikolinearitas Model 1.....	158
4.2.4.5.2 Uji Multikolinearitas Model 2.....	159
4.2.5 Uji Statistik Inferensial (Uji Hipotesis).....	160
4.2.5.1 Uji Persamaan Regresi (Analisis Regresi).....	160
4.2.5.1.1 Analisis Regresi Jalur 1.....	160
4.2.5.1.2 Uji Parsial (t-test) Model 1.....	160
4.2.5.1.3 Analisis Regresi Jalur 2.....	162
4.2.5.1.4 Uji Parsial (t-test) Model 2.....	163
4.2.5.2 Uji F (Uji Simultan).....	166
4.2.5.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	167
4.2.5.3.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2) Model 1.....	167
4.2.5.3.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2) Model 2.....	168
4.2.5.4 Uji Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	168
4.2.5.4.1 Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>) Model 1.....	168
4.2.5.4.2 Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>) Model 2.....	171
4.2.5.5 Pengujian Kesesuaian Model.....	173
4.2.5.6 Analisis Matriks Korelasi.....	175
4.2.5.6.1 Analisis Matriks Korelasi Antar Variabel.....	175
4.2.5.6.2 Analisis Matriks Korelasi Antar Dimensi.....	177

4.3 Pembahasan	178
4.3.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	178
4.3.2 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	181
4.3.3 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan...	183
4.3.4 Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan	185
4.3.5 Pengaruh Keputusan Pembelian terhadap Kepuasan Pelanggan.....	188
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	191
5.2 Saran	192
DAFTAR PUSTAKA	195
LAMPIRAN.....	199
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	239

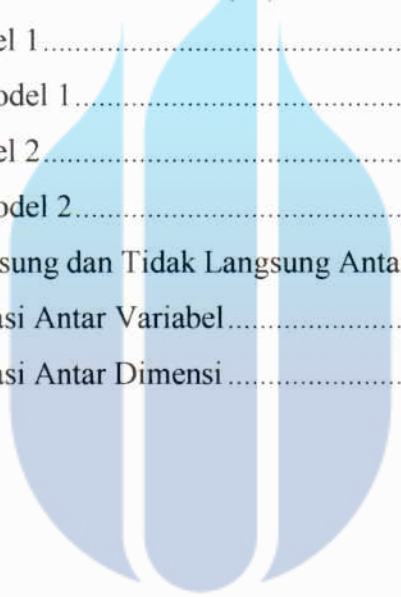


U N I V E R S I T A S
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Tren Konsumsi Pipa Baja Indonesia.....	1
Tabel 1.2. Hasil Pre- <i>study</i> pada PT BKS1.....	12
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	76
Tabel 3.1. Definisi Operasional Variabel.....	92
Tabel 3.2. Skala Likert.....	95
Tabel 3.3. Indeks Reliabilitas dan Interpretasinya.....	103
Tabel 3.4. Analisis Matriks Korelasi Antar Variabel.....	122
Tabel 3.5. Analisis Matriks Korelasi Antar Dimensi.....	123
Tabel 4.1. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Usia.....	137
Tabel 4.2. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Jenis Kelamin.....	137
Tabel 4.3. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Pendidikan.....	138
Tabel 4.4. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Jabatan.....	139
Tabel 4.5. Statistik Deskriptif Kualitas Produk.....	140
Tabel 4.6. Statistik Deskriptif Citra Merek.....	141
Tabel 4.7. Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian.....	143
Tabel 4.8. Statistik Deskriptif Kepuasan Pelanggan.....	144
Tabel 4.9. Uji Validitas Kualitas Produk.....	146
Tabel 4.10. Uji Validitas Citra Merek.....	147
Tabel 4.11. Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	147
Tabel 4.12. Uji Validitas Kepuasan Pelanggan.....	148
Tabel 4.13. Uji Reliabilitas.....	149
Tabel 4.14. Uji Normalitas Data Persamaan Sub Struktur 1.....	150
Tabel 4.15. Uji Normalitas Data Persamaan Sub Struktur 2.....	151
Tabel 4.16. Hasil Uji Homogenitas.....	153
Tabel 4.17. Hasil Uji Linearitas Kualitas Produk ke Keputusan Pembelian.....	154
Tabel 4.18. Hasil Uji Linearitas Citra Merek ke Keputusan Pembelian.....	154
Tabel 4.19. Hasil Uji Linearitas Kualitas Produk ke Kepuasan Pelanggan.....	155
Tabel 4.20. Hasil Uji Linearitas Citra Merek ke Kepuasan Pelanggan.....	155

Tabel 4.21. Hasil Uji Linearitas Keputusan Pembelian ke Kepuasan Pelanggan .	156
Tabel 4.22. Hasil Uji Multikolinearitas Persamaan Struktur 1	158
Tabel 4.23. Uji Multikolinearitas Persamaan Struktur 2	159
Tabel 4.24. Uji t (Uji Parsial) Model 1	161
Tabel 4.25. Uji t (Uji Parsial) Model 2	163
Tabel 4.26. Hasil Uji F	166
Tabel 4.27. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) Model 1	167
Tabel 4.28. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) Model 1	168
Tabel 4.29. <i>Summary</i> Model 1	168
Tabel 4.30. <i>Coefficients</i> Model 1	169
Tabel 4.31. <i>Summary</i> Model 2	171
Tabel 4.32. <i>Coefficients</i> Model 2	171
Tabel 4.33. Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Antar Variabel.....	173
Tabel 4.34. Analisis Korelasi Antar Variabel.....	175
Tabel 4.35. Analisis Korelasi Antar Dimensi	177



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. Pertumbuhan Belanja APBN Pemerintah Tahun 2011-2017.....	3
Gambar 1.2. Grafik Penjualan PT BKSI 2012-2016	7
Gambar 1.3. Informasi Produk.....	9
Gambar 1.4. Cara Pembelian Produk.....	10
Gambar 2.1. Tahapan Proses Pengambilan Keputusan	61
Gambar 2.2. Kerangka Pemikiran Penelitian.....	85
Gambar 3.1. Diagram Jalur.....	119
Gambar 3.2. Diagram Jalur Model 1	120
Gambar 3.3. Diagram Jalur Model 2	120
Gambar 4.1. Pabrik PT BKSI Cikarang.....	126
Gambar 4.2. Pabrik PT BKSI Cikarang.....	126
Gambar 4.3. Struktur Organisasi PT BKSI.....	129
Gambar 4.4. Grafik Distribusi Frekuensi Berdasarkan Usia Responden.....	137
Gambar 4.5. Distribusi Berdasarkan Jenis Kelamin Responden	138
Gambar 4.6. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Pendidikan Responden	138
Gambar 4.7. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Jabatan dalam Pekerjaan.....	139
Gambar 4.8. Grafik Histogram Uji Normalitas Model 1	150
Gambar 4.9. Grafik P-Plot Uji Normalitas Model 1	151
Gambar 4.10. Grafik Histogram Uji Normalitas Model 2	152
Gambar 4.11. Grafik P-Plot Uji Normalitas Model 2.....	152
Gambar 4.12. Hasil Uji Heteroskedastisitas Persamaan Sub Struktur 1.....	157
Gambar 4.13. Uji Heteroskedastisitas Persamaan Sub Struktur 2	157
Gambar 4.14. Analisis Regresi Jalur 1.....	160
Gambar 4.15. Analisis Regresi Jalur 2.....	163
Gambar 4.16. Gambar Pengaruh Langsung Model 1	170
Gambar 4.17. Gambar Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Model 1 dan 2.	172

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	199
Lampiran 2. Data Responden.....	204
Lampiran 3. Hasil Output SPSS.....	222
Lampiran 4. Surat Penelitian.....	238
Lampiran 5 Daftar Riwayat Hidup	239



U N I V E R S I T A S
MERCU BUANA