



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**ANALISA PENGARUH KUALITAS PRODUK,
PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN
PENGIKLAN LAYANAN DISPLAY ADVERTISING
PT XYZ**

TESIS

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**RESKI SEPI ANDIK
55114310026**

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2016**



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**ANALISA PENGARUH KUALITAS PRODUK,
PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN
PENGIKLAN LAYANAN DISPLAY ADVERTISING
PT XYZ**

TESIS

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

UNIVERSITAS
RESKI SEPI ANDIK
55114310026
MERCU BUANA

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2016**

ABSTRACT

This study aims to examine and analyze the effect of product quality, service quality and price on the customer satisfaction of display advertising service from PT XYZ. The research design used was quantitative with survey methods. The sampling method used was non-probability sampling. From a population of 119 customers, 55 respondents met the criteria to be the sample. The method of analysis used in this study is multiple linear regression. The result shows that the variable such as product quality and service quality partially were significantly give effect to customer satisfaction. In other hand, price partially was not significantly give effect to customer satisfaction. Simultaneously, the three independent variables (product quality, service quality, price) give significant effect to customer satisfaction. The future research can examine and analyze other factors which give effect to customer satisfaction and also will give impact to revenue of display advertising PT XYZ.

Keyword : product quality, service quality, price, customer satisfaction, display advertising

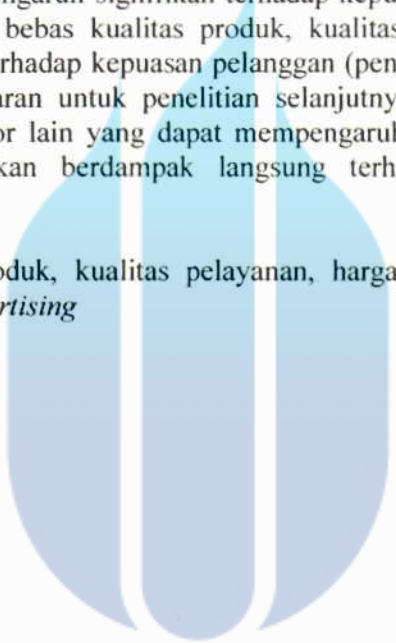


U N I V E R S I T A S
M E R C U B U A N A

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menguji dan menganalisis pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan (pengiklan) layanan *display advertising* PT XYZ. Desain penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode survey. Dari populasi 119 pelanggan (pengiklan), 55 responden memenuhi kriteria sebagai sampel. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (pengiklan), sedangkan variabel harga secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Secara simultan, ketiga variabel bebas kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (pengiklan) layanan *display advertising* PT XYZ. Saran untuk penelitian selanjutnya adalah dilakukannya penelitian pengaruh faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya akan berdampak langsung terhadap *revenue display advertising* PT XYZ.

Kata kunci: kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, kepuasan pelanggan, *display advertising*



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Analisa Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan dan Harga
Terhadap Kepuasan Pengiklan Layanan *Display Advertising* PT
XYZ

Bentuk Tesis : Penelitian/ Kajian Masalah Perusahaan

Nama : Reski Sepi Andik

NIM : 55114310026

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 15 September 2016

Mengesahkan,
Pembimbing Utama



(Dr. Achmad Fachrodji, MM)

Direktur Program Pascasarjana,

Ketua Program Studi

Magister Manajemen

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



(Prof. Dr. Didik J. Rachbini)



(Dr. Augustina Kurniasih, ME)

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam tesis ini :

Bentuk Tesis : Penelitian/Kajian Masalah Perusahaan

Nama : Reski Sepi Andik

NIM : 55114310026

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 15 September 2016

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan dosen pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Program Studi Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas Mercubuana.

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.

Bekasi, 15 September 2016

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



(Reski Sepi Andik)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT Tuhan semesta alam, karena atas rahmat dan izin-Nya, akhirnya penulis dapat menyelesaikan Tesis yang berjudul Analisa Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pengiklan Layanan *Display Advertising* PT XYZ. Tesis ini merupakan syarat untuk mencapai gelar Magister Manajemen pada program pasca sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana.

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung hingga terselesainya Tesis ini. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Achmad Fachrodji., MM. selaku dosen pembimbing dalam penelitian ini
2. Dr. Mudji Sabar, M.Si selaku dosen penguji pada Ujian Tesis
3. Dr. Ahmad H. Sutawidjaya M.Com, M.Phil, DBA selaku Ketua Sidang pada Ujian Tesis
4. Dr. Arisetyanto Nugroho, MM selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
5. Prof. Dr. Didik J. Rachbini selaku Direktur Program Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana Jakarta
6. Dr. Augustina Kurniasih., ME selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana Jakarta
7. Teman-teman seperjuangan di Universitas Mercu Buana angkatan 25

Akhir kata, saya berharap agar Allah SWT berkenan untuk membalas kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga tesis saya ini dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan ilmu pengetahuan.

Jakarta, 15 September 2016

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRACT	ii
ABSTRAK	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii

BAB I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah	11
1.3. Perumusan Masalah	12
1.4. Pembatasan Masalah	12
1.5. Tujuan penelitian.....	13
1.6. Manfaat Hasil Penelitian	13

BAB II. DESKRIPSI PERUSAHAAN

2.1. Sejarah Singkat Perusahaan.....	15
2.2. Lingkup Bidang Usaha.....	16
2.3. Sumber Daya.....	19
2.4. Tantangan Bisnis di Perusahaan	20
2.5. Proses Bisnis di Perusahaan	21

BAB III. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

3.1. Kajian Teori	24
3.1.1. Produk Jasa (layanan).....	24
3.1.2. Kualitas Produk	27
3.1.3. Kualitas Pelayanan	34
3.1.4. Harga.....	36
3.1.5. Kepuasan Pelanggan.....	40
3.2. Penelitian Terdahulu	43
3.3. Analisis Hubungan Antar Dimensi	48
3.3.1. Variabel dan Dimensi	48
3.3.2. Analisis Hubungan	49

3.3.2.1. Analisis Hubungan Antar Dimensi Variabel Kualitas Produk (X1) dengan Kepuasan Pelanggan (Y)	49
3.3.2.2. Analisis Hubungan Antar Dimensi Variabel Kualitas Pelayanan (X2) dengan Kepuasan Pelanggan (Y)	56
3.3.2.3. Analisis Hubungan Antar Dimensi Variabel Harga (X3) dengan Kepuasan Pelanggan (Y)	59
3.4. Kerangka Pemikiran.....	61
3.5. Hipotesis.....	63

BAB IV. METODE PENELITIAN

4.1. Jenis/Desain Penelitian.....	65
4.2. Variabel dan Pengukuran Variabel	66
4.2.1. Definisi Konsep.....	66
4.2.2. Definisi Operasional	67
4.3. Data dan Metode Pengumpulan Data.....	70
4.3.1. Jenis dan Sumber Data.....	70
4.3.2. Metode Pengumpulan Data	70
4.4. Populasi dan Metode Sampling	71
4.4.1. Populasi.....	71
4.4.2. Metode Sampling.....	71
4.5. Metode Analisis	73
4.5.1. Uji Validitas	74
4.5.2. Uji Reliabilitas.....	75
4.5.3. Uji Asumsi Klasik	75
4.5.4. Pengujian Hipotesis	77
4.5.4.1. Koefisien Determinasi	78
4.5.4.2. Pengujian Hipotesis Statistik.....	79
4.5.4.3. Korelasi.....	81

BAB V. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1. Karakteristik Responden	84
5.1.1. Lokasi.....	84
5.1.2. Peran/ <i>Role</i> Institusi Responden.....	85
5.2. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	87
5.2.1. Variabel Kualitas Produk	88
5.2.2. Variabel Kualitas Pelayanan	89
5.2.3. Variabel Harga	90
5.2.4. Variabel Kepuasan Pelanggan.....	91
5.3. Hasil Pengujian Uji Asumsi Klasik Penelitian	92
5.3.1. Uji Normalitas.....	92
5.3.2. Uji Multikolinearitas.....	95
5.3.3. Uji Heteroskedastisitas	96
5.4. Hasil Uji Hipotesis	98
5.4.1. Analisis Regresi Linear Berganda	98

5.4.2. Analisis Koefisien Determinasi.....	100
5.4.3. Pengujian Simultan (Uji F)	102
5.4.4. Pengujian Parsial (Uji T)	103
5.4.5. Analisis Korelasi Variabel dan Dimensi.....	106
5.4.5.1. Korelasi Antar Variabel	106
5.4.5.2. Korelasi Antar Dimensi	107
5.4.5.3. Pembahasan Korelasi Antar Variabel dan Dimensi Variabel.....	110

BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan	117
6.2. Saran.....	117
6.3. Saran untuk Penelitian Lanjutan.....	120

DAFTAR PUSTAKA.....	121
----------------------------	------------

DAFTAR LAMPIRAN	124
------------------------------	------------



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

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	<i>Global advertising market size</i> berdasarkan regional	2
Tabel 1.2	<i>Global Advertising market share</i> berdasarkan kategori	3
Tabel 1.3	<i>Total Media, Digital and Mobile Internet Ads Spending in Indonesia, 2013-2019</i>	4
Tabel 3.1	Penelitian terdahulu yang relevan	43
Tabel 3.2	Variabel dan Dimensi	48
Tabel 4.1	Definisi Operasional.....	67
Tabel 4.2	Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi.....	82
Tabel 4.3	Matriks Korelasi antar Dimensi Variabel.....	83
Tabel 5.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Lokasi	85
Tabel 5.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Peran Institusi Responden	86
Tabel 5.3	Kriteria Nilai Reliabilitas	88
Tabel 5.4	Validitas Butir Pernyataan Kualitas Produk	89
Tabel 5.5	Validitas Butir Pernyataan Kualitas Pelayanan	90
Tabel 5.6	Validitas Butir Pernyataan Harga (<i>Price</i>).....	91
Tabel 5.7	Validitas Butir Pernyataan Kepuasan Pelanggan.....	92
Tabel 5.8	Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov	94
Tabel 5.9	Uji Multikolinieritas.....	96
Tabel 5.10	Uji Regresi Linear Berganda	98
Tabel 5.11	Model Summary.....	101
Tabel 5.12	Interpretasi Koefisien Korelasi	101
Tabel 5.13	Hasil Uji F (Uji Simultan)	102
Tabel 5.14	Nilai T Hitung	104
Tabel 5.15	Matrik Korelasi Antara Dimensi Dependen dengan Independen yang Berpengaruh Signifikan.....	106
Tabel 5.16	Matrik Korelasi Antara Variabel Dependen dengan Independen ..	108

DAFTAR GAMBAR.

Gambar 1.1	Grafik kontribusi pendapatan layanan <i>Display Ads</i> PT XYZ terhadap <i>total ad spend</i> di Indonesia	6
Gambar 1.2	Grafik Prosentase Jumlah Pengiklan Terhadap Jumlah Order selama 18 bulan	7
Gambar 1.3	Grafik Prosentase Hasil Survey Perndahuluan	10
Gambar 2.1	Kategori layanan Digital Advertising PT XYZ.....	17
Gambar 2.2	Struktur Organisasi Digital Advertising PT XYZ.....	20
Gambar 2.3	Proses Bisnis Digital Advertising PT XYZ	22
Gambar 2.4	Proses Bisnis Campaign Delivery Digital Advertising PT XYZ...	23
Gambar 3.1	Kerangka Berfikir.....	62
Gambar 3.2	Model Penelitian.....	63
Gambar 5.1	Uji Normalitas dengan p-p plot.....	93
Gambar 5.2	Uji Normalitas dengan Histogram.....	94
Gambar 5.3	Uji Heteroskedasitisisdas dengan Scatterplot.....	97

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I.	Tabel Nilai Distribusi r	124
Lampiran II.	Tabel Nilai Distribusi t	127
Lampiran III.	Tabel Nilai Distribusi f.....	130
Lampiran IV	Kuesioner Penelitian	134
Lampiran V	Data Statistik Dari SPSS 20.0.....	142
	V.1. Uji Validitas Variabel Kualitas Produk.....	143
	V.2. Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan.....	143
	V.3. Uji Validitas Variabel Harga (<i>price</i>).....	144
	V.4 Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan	144
	V.5. Uji Reabilitas Variabel Kualitas Produk	145
	V.6. Uji Reabilitas Variabel Kualitas Pelayanan	145
	V.7. Uji Reliabilitas Variabel Harga (<i>price</i>)	145
	V.8. Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan.....	145
	V.9. Uji Normalitas	146
	V.10. Uji Multikolinearitas	147
	V.11. Uji Heteroskedastisitas	148
	V.12. Analisis Regresi Linier Berganda	148
	V.13. Analisis Determinasi	149
	V.14 Korelasi Antar Variabel Dan Korelasi Antar Dimensi	150
Lampiran VI.	<i>Curriculum Vitae</i> Penulis.....	152

UNIVERSITAS
MERCU BUANA