



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN
HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN**

TESIS

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
WIRYA PRAYUDI
55113320040

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



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN
HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN**

TESIS

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

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
WIRYA PRAYUDI
55113320040

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

ABSTRACT

This research was conducted on Service Center Samsung Cikarang with the aim to analyze the effect of product quality, promotion and price on customer satisfaction. Data collection was done using a questionnaire and the analysis of data using regression analysis were processed using the software SPSS 22. The results of the analysis of the data showed that: (i) product quality, real impact on customer satisfaction, (ii) promotion on customer satisfaction significantly and (iii) price significant effect on the customer satisfaction. The third independent variable (product quality, promotion and price) together and partial all significant fo it can be proved that the customer satisfaction hypotesis was proved.

Keywords : Product Quality, Promotion, Price, Customer Satisfaction.



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

ABSTRAK

Penelitian ini dilaksanakan pada *Service Center* Samsung Cikarang dengan tujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, promosi dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner sedangkan analisa data menggunakan analisa regresi yang diolah menggunakan *software* SPSS 22. Hasil analisis data menunjukkan bahwa : (i) kualitas produk, berpengaruh nyata terhadap kepuasan pelanggan, (ii) promosi terhadap kepuasan pelanggan berpengaruh nyata dan (iii) harga berpengaruh nyata terhadap kepuasan pelanggan. Ketiga variabel bebas (kualitas produk, promosi dan harga) secara bersama dan parsial semuanya berpengaruh nyata untuk itu dapat dibuktikan bahwa hipotesis kepuasan pelanggan dinyatakan terbukti.

Kata Kunci : Kualitas produk, Promosi, Harga, Kepuasan Pelanggan



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

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap
Kepuasan Pelanggan
Bentuk Tesis : Penelitian / Kajian Masalah Perusahaan
Nama : Wiryu Prayudi
NIM : 55113320040
Program : Pascasarjana Magister Manajemen
Tanggal : 9 April 2016

Mengesahkan
Pembimbing Utama



Prof. Dr. Masyhudzulhak

U N I V E R S I T A S

Direktur Program Pascasarjana

Ketua Program Studi
Magister Manajemen



Prof. Dr. Didik J. Rachbini



Dr. Augustina Kurniasih, ME

PERNYATAAN

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

Judul : Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan
Bentuk Tesis : Penelitian / Kajian Masalah Perusahaan
Nama : Wiryu Prayudi
NIM : 55113320040
Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen
Tanggal : Maret 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 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.

Cikarang, 1 Maret 2016



(Wiryu Prayudi)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis Panjatkan kehadiran Allah SWT, atas berkat dan rahmatNya, akhirnya penulis bisa menyelesaikan tesis ini, walaupun harus dengan waktu yang tidaklah singkat serta penuh dengan perjuangan. Hal ini tentunya tidak terlepas dari bantuan dan support dari orang-orang terkasih. Ucapan terima kasih penulis tujukan kepada :

- 1) **Prof. Dr. Masyhudzulkhak** selaku Pembimbing Tesis, yang tidak bosan dan lelah mendampingi dan membimbing penulis dalam pembuatan tesis ini.
- 2) **Eny Purnamasari** istri penulis tersayang yang telah membantu baik secara moril dan materiil.
- 3) **Perusahaan Samsung** yang membantu penulis mengumpulkan data-data yang saya butuhkan dalam pembuatan tesis ini.
- 4) **Azalea Aqila Dzahin** anak penulis yang selalu memberikan pengertian dan kesabaran selama ini.
- 5) Kepada pihak Universitas Mercu Buana kampus D di Bekasi yang telah membina penulis.
- 6) Serta Pihak-pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu. Penulis ucapkan terima kasih. Semoga kiranya tesis ini bermanfaat bagi orang banyak dan ilmu yang penulis dapatkan mampu penulis aplikasikan dengan baik.

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
<i>ABSTRACT</i>	iii
ABSTRAK	iv
LEMBAR PERSETUJUAN	v
PERNYATAAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi, Perumusan dan Batasan Masalah	6
1.2.1. Identifikasi Masalah	6
1.2.2. Perumusan Masalah	8
1.2.3. Batasan Masalah	8
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian	9
1.3.1. Maksud Penelitian	9
1.3.2. Tujuan Penelitian	9
1.4. Manfaat dan Kegunaan Penelitian	10
1.4.1. Manfaat Penelitian	10
1.4.2. Kegunaan Penelitian	10
BAB II. DESKRIPSI PERUSAHAAN	
2.1. Sejarah Perusahaan	11
2.2. Lingkup Bidang Usaha	13
2.3. Sumber Daya	17
2.4. Tantangan Bisnis Perusahaan	21

2.5. Proses Bisnis Perusahaan.....	21
------------------------------------	----

BAB III. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

3.1. Kajian Teori.....	23
3.1.1. Produk.....	27
3.1.2. Harga.....	30
3.1.2.1. Strategi Penentuan Harga.....	32
3.1.2.2. Strategi Penentuan Harga Produk.....	33
3.1.2.3. Strategi Penyesuaian Harga.....	34
3.1.3. Promosi.....	35
3.1.3.1. Fungsi Promosi.....	36
3.1.3.2. Tujuan Promosi.....	37
3.1.3.3. Bentuk-bentuk Promosi.....	38
3.1.3.4. Biaya Promosi.....	41
3.1.4. Kepuasan Pelanggan.....	45
3.1.4.1. Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	45
3.1.4.2. Manfaat Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	53
3.1.4.3. Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	53
3.1.4.4. Konsep Kepuasan Pelanggan.....	56
3.2. Penelitian Terdahulu.....	58
3.3. Kerangka Pemikiran.....	62
3.3.1. Pengaruh antara Kualitas Produk, Harga, Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan.....	63
3.3.2. Pengaruh Produk terhadap Kepuasan Pelanggan.....	64
3.3.2.1. Dimensi <i>Performance</i>	64
3.3.2.2. Dimensi <i>Features</i>	65
3.3.2.3. Dimensi <i>Reliability</i>	66
3.3.2.4. Dimensi Kesesuaian Spesifikasi.....	66
3.3.2.5. Dimensi <i>Durability</i>	67
3.3.2.6. Dimensi Kewajaran Harga.....	68
3.3.2.7. Dimensi Kesesuaian Harga.....	70

3.3.2.8. Dimensi Potongan Harga.....	70
3.3.3. Pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan.....	72
3.3.3.1. Dimensi <i>Advertising</i>	73
3.3.3.2. Dimensi Penjualan Personal.....	74
3.3.3.3. Dimensi Pemasaran Langsung	75
3.4. Hipotesis Penelitian	76

BAB IV. METODE PENELITIAN

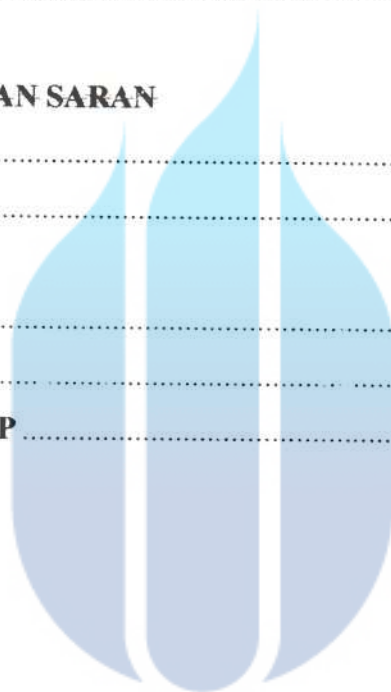
4.1. Desain Penelitian	77
4.2. Variabel Penelitian.....	77
4.2.1 Definisi Konsep	77
4.2.2 Definisi Operasional	78
4.2.2.1. Definisi Variabel Kualitas Produk.....	79
4.2.2.2. Definisi Variabel Harga.....	79
4.2.2.3. Definisi Variabel Promosi.....	80
4.2.2.4. Definisi Variabel Kepuasan Pelanggan.	80
4.3. Populasi dan Sampel Penelitian.....	81
4.3.1 Populasi Penelitian.....	81
4.3.2 Sampel Penelitian.....	81
4.4. Jenis dan Sumber Data.....	82
4.5. Teknik Pengumpulan Data.....	83
4.5.1 Studi Pustaka.....	83
4.5.2 Kuesioner	84
4.6. Teknik Analisis Data.....	85
4.6.1 Statistik Deskriptif Variabel	85
4.6.2 Analisa Regresi Linier Berganda.....	85
4.6.3 Pengujian Instrumen	86
4.6.4 Uji Asumsi Klasik.....	88
4.6.5 Analisa Koefisien Determinasi/Koefisien Penentu (R^2).....	91
4.6.6 Uji Statistik T.....	91
4.6.7 Uji Statistik F	92

4.6.7.1. Analisis Dimensi	92
---------------------------------	----

BAB V. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1. Hasil Penelitian	95
5.1.1 Karakteristik Responden.....	95
5.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	96
5.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	96
5.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi.....	97
5.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	98
5.2. Analisis Deskripsi Statistik Variabel Penelitian	99
5.2.1 Deskripsi Variabel Kualitas Produk (X_1).....	100
5.2.2 Deskripsi Variabel Harga (X_2).....	101
5.2.3 Deskripsi Variabel Promosi (X_3)	102
5.2.4 Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)	102
5.3. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	103
5.3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kualitas Produk (X_1)	104
5.3.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Harga (X_2).....	105
5.3.3 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Promosi (X_3).....	106
5.3.4 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y).....	107
5.4. Uji Asumsi Klasik.....	108
5.4.1 Uji Normalitas.....	108
5.4.2 Uji Heteroskedastisitas.....	110
5.4.3 Uji Multikolinieritas.....	113
5.5. Uji Hipotesis	114
5.5.1 Hasil Analisa Regresi Linier Berganda.....	114
5.5.2 Uji T (Uji Parsial)	116
5.5.3 Uji F (Uji Simultan).....	118
5.5.4 Analisis Korelasi.....	119
5.5.5 Analisis Determinasi.....	121

5.6. Analisis Korelasi Antar Dimensi	121
5.7. Pembahasan Hasil Penelitian	124
5.7.1 Variabel Kualitas Produk	124
5.7.2 Variabel Harga	124
5.7.3 Variabel Promosi	125
BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1. Kesimpulan	126
6.2. Saran	127
DAFTAR PUSTAKA	129
LAMPIRAN	135
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	139



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

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1. Penelitian Terdahulu.....	58
Tabel 4.1. Definisi Variabel Kualitas Produk.....	79
Tabel 4.2. Definisi Variabel Harga.....	79
Tabel 4.3. Definisi Variabel Promosi.....	80
Tabel 4.4. Definisi Variabel Kepuasan Pelanggan.....	80
Tabel 4.5. Jumlah Warga.....	81
Tabel 4.6. Bobot Penilaian Jawaban.....	84
Tabel 4.7. Matrik Korelasi Dimensi Antar Variabel Bebas dan Terikat.....	93
Tabel 4.8. Nilai Koefisiensi Korelasi.....	94
Tabel 5.1. Jenis Kelamin.....	96
Tabel 5.2. Usia Responden.....	96
Tabel 5.3. Profesi Responden.....	97
Tabel 5.4. Pendapatan Responden.....	98
Tabel 5.5. Kriteria Interpretasi Skor.....	99
Tabel 5.6. Hasil Analisis Deskriptif Statistik.....	99
Tabel 5.7. Persepsi Responden Mengenai Variabel Kualitas Produk.....	100
Tabel 5.8. Persepsi Responden Mengenai Variabel Harga.....	101
Tabel 5.9. Persepsi Responden Mengenai Variabel Promosi.....	102
Tabel 5.10. Persepsi Responden Mengenai Variabel Kepuasan Pelanggan.....	103
Tabel 5.11. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kualitas Produk.....	105
Tabel 5.12. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Harga.....	106
Tabel 5.13. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Promosi.....	106
Tabel 5.14. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan.....	107
Tabel 5.15. Uji Normalitas.....	110
Tabel 5.16. Uji Heteroskedastisitas.....	112
Tabel 5.17. Uji Multikolinieritas Variabel X terhadap Variabel Y.....	113
Tabel 5.18. Perhitungan Koefisien Regresi Berganda Pengaruh Variabel Bebas (X) terhadap Variabel Terikat (Y).....	114

Tabel 5.19. Uji T (Uji secara Parsial).....	116
Tabel 5.20. Uji F (Uji Simultan).....	119
Tabel 5.21. Korelasi Nilai R dan R Square Variabel X_1, X_2 dan X_3 terhadap Variabel Y.....	120
Tabel 5.22. Interpretasi Koefisien Korelasi	120
Tabel 5.23. Matrik Korelasi Antar Korelasi	122



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

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. Grafik Total Pembagian Penjualan Global Telepon Seluler	1
Gambar 1.2. Grafik Total Pembagian Penjualan Telepon Seluler	14
Gambar 3.1. <i>Customer Satisfaction Model</i>	50
Gambar 3.2. Bagan Konsekuensi Kepuasan Pelanggan	51
Gambar 3.3. Manfaat Kepuasan Pelanggan	52
Gambar 3.4. Konsep Kepuasan Pelanggan	56
Gambar 3.5. Konsep Dasar Kepuasan Pelanggan	58
Gambar 3.6. Kerangka Pemikiran	76
Gambar 5.1. Hasil Pengujian Normalitas Normal <i>P-P Plot Regression</i> <i>Standarized Residual</i>	109
Gambar 5.2. Hasil Pengujian Heteroskedastisitas	111

U N I V E R S I T A S

M E R C U B U A N A

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	135



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