

**PENGARUH KUALITAS PRODUK JASA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMILIHAN PEMBIAYAAN PT OTOMAS MULTIFINANCE CABANG
CIMONE INDAH PLAZA**

Oleh

DWI PRASETYO

43108110148



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2014**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK JASA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMILIHAN PEMBIAYAAN PT OTOMAS MULTIFINANCE CABANG
CIMONE INDAH PLAZA**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
SARJANA EKONOMI
Program Studi Manajemen – Strata 1**

Nama : Dwi Prasetyo
NIM : 43108110148



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2014

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : DWI PRASETYO
NIM : 43108110148
Program Studi : MANAJEMEN PEMASARAN
Judul Skripsi :PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMILIHAN PEMBIAYAAN PT.
OTOMAS MULTIFINANCE

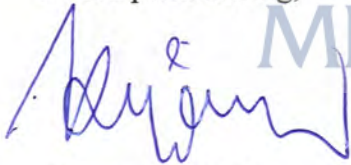
Tanggal Lulus Ujian : 13 Februari 2014

Menyetujui

Menyetujui

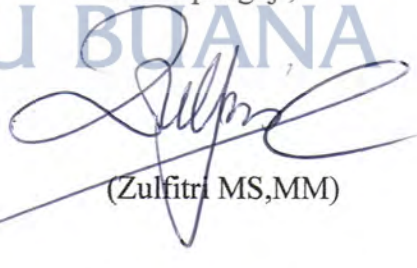
Dosen pembimbing,

Ketua penguji,



(Priyono SE,MM)

18/2 - 2014



(Zulfitri MS,MM)

Dekan FEB,

Ketua program studi S1 manajemen



(Dr. Wiwik Utami Ak,Ms)



(Dr. Rina Astini .SE.MM)

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dwi Prasetyo

NIM : 43108110148

Program Studi : Ekonomi Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri. apabila saya mengutip dari karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenakan sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 25 Januari 2014



NIM: 43108110148

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmannirrahim,

Dengan mengucapkan puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan Rahmat dan Karunia-Nya sehingga Penulis telah menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Dalam skripsi ini Penulis sajikan dalam bentuk yang cukup sederhana dengan judul ” Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pemilihan Pewmbiayaan PT.Otomas Multifinance ”.

Penulisan Skripsi ini dibuat sebagai salah satu syarat kelulusan program studi Strata 1 (S1) Manajemen Pemasaran yang sebagaimana tercantum dalam kalender Universitas serta kurikulum pendidikan program studi Strata 1 (S1) Universitas Mercu Buana.

Berbagai pihak telah banyak membantu Penulis dalam penyusunan Skripsi. Maka pada kesempatan ini, Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang terlibat di dalam penyusunan Skripsi ini diantaranya :

1. Ibu Dr.Wiwik Utami Ak,MS selaku Dekan fakultas Ekonomi dan Bisnis.
2. Dr.Rina Astini,MM selaku ketua program study manajemen fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Priyono ,SE, MSM selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu serta mencurahkan perhatian motivasi,tenaga dan dorongan kepada penulis hingga selesai skripsi ini.

4. Seluruh Dosen dan Staff UNIVERSITAS MERCUBUANA atas ilmu dan informasi yang diberikan dalam menstransfer kapasitas pendidik kepada penulis dengan pengetahuan yang sangat baik.
5. Bapak Doni ikhsan selaku pimpinan PT. Otomas Multifinance, cabang tangerang serta staff dan karyawan yang telah membantu dalam penyediaan data untuk mendukung Skripsi ini.
6. Bapak Doni ikhsan selaku pimpinan PT. Otomas Multifinance, cabang tangerang serta staff dan karyawan yang telah membantu dalam penyediaan data untuk mendukung Skripsi ini.
7. Untuk istriku Devi Dianasari yang juga telah banyak memberikan bantuan serta saran kepada penulis "terima kasih atas ketulusan hatimu".
8. Mas nazar yang telah meluangkan waktunya untuk sharing serta masukan- masukan ilmu yang positif yang menunjang skripsi ini, bang ade yang juga membantu dalam penulisan skripsi ini.
9. Valdi terimakasih untuk bantuannya, serta mbk lia untuk laptopnya sehingga mendukung untuk dapat selesai skripsi ini.
10. Ipink, rudi, olik rekan seperjuangan, sahabat yang memberi semangat serta kekompakan selama menjalani perkuliahan di universitas mercubuana ini serta rekan-rekan mahasiswa lainnya yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu yang tentunya semoga satu tujuan untuk tetap semangat dan sukses selalu.

Dalam penulisan ini penulis berusaha menyajikan yang terbaik, namun Penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, dengan segala hormat dan dengan tangan terbuka Penulis mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak untuk kesempurnaan dan peningkatan kemampuan penulisan berikutnya.

Jakarta, 13 Februari 2014



DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
PENGESAHAN SKRIPSI	ii
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Perumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masaah	3
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian	4
BAB 2 LANDASAN TEORI	6
2.1 Penelitian Terdahulu Kualitas produk dan Keputusan Pembelian	6
2.1.1 Penelitian Terdahulu Kualitas Produk	6
2.1.2 Penelitian Terdahulu Keputusan pembelian	6
2.2 Pengertian Pemasaran	7
2.3 Konsep Pemasaran Holistik	8
2.3.1 Orientasi Pemasaran Holistik dan Nilai Pelanggan	9
2.3.2 pengertian Manajemen Pemasaran	10
2.4 Bauran Pemasaran	11
2.5 Kualitas produk	15
2.5.1 Pengertian Kualitas Produk	15
2.5.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk	15

2.5.3	Kualitas Produk Jasa	18
2.6	Pengertian Keputusan Pebelian	24
2.7	Penelitian Terdahulu	28
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN		32
3.1	Objek Penelitian	32
3.1.1	Lokasi Penelitian	32
3.2	Desain Penelitian	33
3.3	Hipotesis Penelitian	34
3.4	Variabel dan Skala Pengukuran	35
3.4.1	Devinsi Operasional Variabel	36
3.5	Metode Pengumpulan Data	39
3.6	Jenis Data	40
3.7	Populasi dan Sample	40
3.8	Metode Analisis Data	41
3.8.1	Uji Validitas	41
3.8.2	Uji Reabilitas	42
3.8.3	Uji Asumsi Klasik	43
3.8.4	Analisis Regresi Linier Sederhana	44
3.8.5	Uji t	45
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN		47
4.1	Hasil Penelitian	47
4.1.1	Analisis Karakteristik Nasabah	47
	a) Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	47
	b) Karakteristik responden berdasarkan usia	48
	c) Karakteristik responden berdasarkan pendapatan	49
4.2	Hasil Analisa Kualitas Produk	50
4.2.1	Uji Validitas	52
4.2.2	Uji Reabilitas	55

4.3	Keputusan Pemilihan Pembiayaan	56
4.3.1	Hasil Uji Validitas Y	58
4.3.2	Uji Reabilitas (y)	61
4.3.3	Uji Asumsi Klasik	62
4.3.4	Uji Heterokedatisitas	65
4.4	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	67
4.4.1	Uji Hipotesis	67
	a. Uji Signifikan Parsial (uji t)	67
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		70
DAFTAR PUSTAKA		73
LAMPIRAN		75



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuisisioner Wawancara
2. Kuisisioner Penelitian
3. Pengujian Validitas dan Reabilitas



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

UNIVERSITAS
MERCU BUANA