



**FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS
PELANGGAN MELALUI KEPUTUSAN PEMBELIAN
ULTRASONOGRAFI PADA PT MULYA HUSADA JAYA**

TESIS

Oleh :

TRIESNANTYO CAHYO RESPATI

NIM. 55111120129

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

UNIVERSITAS MERCU BUANA

PROGRAM PASCA SARJANA

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

2014



**FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS
PELANGGAN MELALUI KEPUTUSAN PEMBELIAN
ULTRASONOGRAFI PADA PT MULYA HUSADA JAYA**

TESIS

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Pascasarjana
Program Studi Magister Manajemen

Disusun Oleh :

TRIESNANTYO CAHYO RESPATI
NIM. 55111120129

UNIVERSITAS MERCU BUANA

PROGRAM PASCA SARJANA

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

2014

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : **Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan,
Melalui Keputusan Pembelian Ultrasonografi Pada PT Mulya
Husada Jaya**

Bentuk Tesis : Penelitian Lapangan

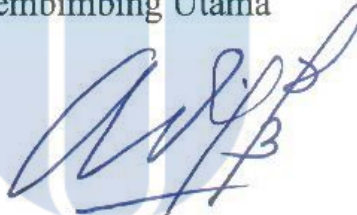
Nama : Triesnantyo Cahyo Respati

NIM : 55111120129

Program : Pascasarjana Program Studi Magister Manajemen

Tanggal : Oktober 2014

Pembimbing Utama



(Ir. Har Adi Basri, M.Ec, Ph.D)

UNIVERSITAS

MERCU BUANA

Mengetahui
Direktur Program Pascasarjana

Mengesahkan
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 : **Faktor –Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan, Melalui Keputusan Pembelian Ultrasonografi Pada PT Mulya Husada Jaya**

Bentuk Tesis : Penelitian Lapangan

Nama : Triesnantyo Cahyo Respati

NIM : 55111120129

Program : Pascasarjana Program Studi Magister Manajemen

Tanggal : Oktober 2014

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan dan sebagai karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercubuana.

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, Oktober 2014



Triesnantyo Cahyo Respati

DAFTAR ISI

ABSTRACT	i
ABSTRAKSI	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Perumusan Masalah.....	7
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	8
BAB II DESKRIPSI PERUSAHAAN	10
2.1 Deskripsi Sejarah Perusahaan	10
2.2. Visi dan Misi Perusahaan	11
2.3 Struktur Organisasi PT Mulya Husada Jaya.....	12
2.4 Mitra Bisnis PT Mulya Husada Jaya	13
2.5 Strategi Pemasaran Perusahaan	14
BAB III KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	21
3.1. Merek.....	21
3.2 Citra Merek.....	22
3.3 Kualitas Produk	25

3.4 Harga	33
3.5 <i>Personal Selling</i>	36
3.6 Perilaku Konsumen	40
3.7 Keputusan Pembelian	42
3.8 Konsep AIDA	48
3.9 Loyalitas Pelanggan	50
3.10 Penelitian Terdahulu.....	53
3.11 Kerangka Pemikiran	55
3.12 Model Penelitian.....	56
3.13 Hipotesis	56
BAB IV METODOLOGI PENELITIAN	58
4.1 Jenis Desain Penelitian	58
4.2 Ruang Lingkup Penelitian	58
4.3 Lokasi Penelitian	59
4.4 Variabel Penelitian	59
4.5 Populasi dan Sampel Penelitian	61
4.6 Jenis dan Sumber Data	63
4.7 Teknik Pengumpulan Data	64
4.8 Teknik Analisis Data	65
4.9 Uji Asumsi Klasik	69
4.10 Analisis Jalur	67
4.11 Analisis Dua Jalur	72
4.12 Koefisien Determinasi (<i>R Square</i>).....	76
4.13 Uji Korelasi Dimensi.....	76
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	78
5.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	78
5.2 Hasil Penelitian.....	79
5.3 Hasil Perhitungan Analisis Jalur Model 1 dan 2	110
5.4 Analisa Korelasi Antar Dimensi.....	114

5.5 Pembahasan Hasil Penelitian.....	116
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	120
6.1 Kesimpulan.....	120
6.2 Saran.....	120
DAFTAR PUSTAKA	124
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	143



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Market Share (%)	4
Tabel 1.2 Data Market Share (<i>Value</i>)	5
Tabel 2.1 Data SumberDayaManusiaKompetitor	17
Tabel 3.1 PenelitianTerdahulu	54
Tabel 4.1 DefenisiOperasionalVariabel	59
Tabel 4.2 MatriksKorelasiDimensi	77
Tabel 5.1 KarakteristikResponden	78
Tabel 5.2 KategoriPersepsiRespondenMengenaiVariabel Citra Merek	80
Tabel 5.3 KategoriPersepsiRespondenMengenaiVariabelPersepsiKualitas	81
Tabel 5.4 KategoriPersepsiRespondenMengenaiVariabelHarga	82
Tabel 5.5 KategoriPersepsiRespondenMengenaiVariabel <i>Personal Selling</i>	83
Tabel 5.6 KategoriPersepsiRespondenMengenaiVariabel KeputusanPembelian	84
Tabel 5.7 KategoriPersepsiRespondenMengenaiVariabel LoyalitasPelanggan	85
Tabel 5.8 Uji Validitas ButirPertanyaan	86
Tabel 5.9 UjiReliabilitas	88
Tabel 5.10Tabel Kolmogorov - Smirnov	92
Tabel 5.11 UjiMultikolinearitasVariabel X TerhadapVariabel Y	95
Tabel 5.12 UjiMultikolinearitasVariabel X dan Y TerhadapVariabel Z	96
Tabel 5.13 Uji t Jalur Model 1	98
Tabel 5.14 Uji F Jalur Model 1	100
Tabel 5.15 KorelasiNilai R dan R Square Model Jalur 1	101

Tabel 5.16 Uji Interpretasi Koefisien Korelasi	102
Tabel 5.17 Hasil Uji Statistik t Jalur Model 2.....	103
Tabel 5.18 Uji Simultan Jalur Model 2.....	106
Tabel 5.19 Korelasi Nilai R dan R Square	107
Tabel 5.20 Interpretasi Koefisien Korelasi	108
Tabel 5.21 Rekapitulasi Dekomposisi Koefisien Jalur Model 1 dan 2.....	114
Tabel 5.22 Matriks Korelasi Antar Dimensi	115



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Struktur Organisasi PT Mulya Husada Jaya	12
Gambar 2.2 Logo Mitra Kerja PT Mulya Husada Jaya	13
Gambar 2.3 <i>Flow-chart</i> Proses Pembelian Ultrasonografi	18
Gambar 3.1. <i>Five-Stage Model of The Consumer Buying Process</i>	44
Gambar 3.2 Faktor Yang Berpengaruh pada Perilaku Pembelian Konsumen	46
Gambar 3.3 Piramida Loyalitas	51
Gambar 3.4 Kerangka Pemikiran	55
Gambar 3.5 Model Penelitian	56
Gambar 4.1 Diagram Analisis Dua Jalur	72
Gambar 5.1 Grafik Histogram Residu-1	89
Gambar 5.2 Grafik Histogram Residu-2	89
Gambar 5.3 Hasil Uji Normalitas P-Plot Residu-1	90
Gambar 5.4 Hasil Uji Normalitas P-Plot Residu-2	91
Gambar 5.5 Grafik Heteroskedastisitas Scatterplot Variabel X Terhadap Variabel Y	93
Gambar 5.6 Grafik Heteroskedastisitas Scatterplot Variabel X dan Y Terhadap Variabel Z	94
Gambar 5.7 Kausal Empiris Antar Jalur	109

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 – DaftarIsianKuesioner.....	128
Lampiran 2 – DaftarJawabanKuesioner.....	131
Lampiran 3 – Hasil <i>Output</i> SPSS.....	139



UNIVERSITAS
MERCU BUANA