

## ABSTRACT

*Research on customer loyalty through purchasing decisions on a software product has been widely applied. This study aimed to observe the effect of product quality, price and brand reputation on customer loyalty through dynamic purchasing decisions NAV Microsoft software.*

*Samples taken are population all customers of PT. Consulting Aevitas by 60 respondents. Data were obtained through the census questionnaire, ie walk in customers during 2012. Type of research is quantitative descriptions using Path Analysis.*

*The results of this study is the structural equation model 1 shows that the quality of the product has the greatest influence on purchase decisions. While the structural equation model 2 shows that good quality products, prices and brand reputation have no influence on loyalty, however if through the purchase decision, all three have an influence on customer loyalty.*

*Keywords: Product Quality, Price, Brand Reputation, Purchase Decisions and Customer Loyalty.*

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## ABSTRAK

Penelitian mengenai *customer loyalty* melalui keputusan pembelian terhadap suatu produk software telah banyak dilakukan. Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh kualitas produk, harga dan reputasi merek terhadap loyalitas pelanggan melalui keputusan pembelian software Microsoft dynamic NAV.

Sampel yang diambil adalah seluruh populasi customer yang terdapat di PT. Aevitas Consulting sebanyak 60 responden. Data kuesioner diperoleh melalui sensus *walk in customer* selama periode 2012. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskripsi kuantitatif yang dianalisa dengan menggunakan Analisa Jalur.

Hasil dalam penelitian ini adalah pada persamaan struktural model 1 menunjukkan bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh terbesar terhadap keputusan pembelian. Sedangkan pada persamaan struktural model 2 menunjukkan bahwa baik kualitas produk, harga dan reputasi merek tidak memiliki pengaruh terhadap loyalitas, akan tetapi apabila melalui keputusan pembelian, ketiganya mempunyai pengaruh terhadap *customer loyalty*.

Kata kunci : Kualitas Produk, Harga, Reputasi Merek, Keputusan Pembelian dan Loyalitas Pelanggan.

## PENGESAHAN

JUDUL : **PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN REPUTASI MEREK TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI KEPUTUSAN PEMBELIAN MICROSOFT DYNAMIC NAV (Studi Kasus Pada PT. Aevitas Consulting)**

Bentuk Tesis : Riset Bisnis

Nama : SUHARIYO

NIM : 55110120087

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Tanggal : 01 Maret 2013

Mengesahkan

**Ketua Program Studi  
Magister Manajemen**

**Direktur Program Pascasarjana**

**Dr. Augustina Kurniasih, ME**

**Prof. Dr. Didik J. Rachbini**

**Pembimbing**

**Ir. Har Adi Basri, M.Ec., Ph.D.**

## PERNYATAAN

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

JUDUL : **PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN REPUTASI MEREK TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI KEPUTUSAN PEMBELIAN MICROSOFT DYNAMIC NAV (Studi Kasus Pada PT. Aevitas Consulting)**

Bentuk Tesis : Riset Bisnis

Nama : SUHARIYO

NIM : 55110120087

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Tanggal : 01 Maret 2013

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

U N I V E R S I T A S

Karya ilmiah 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, 01 Maret 2013

Suhariyo

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT, atas segala karunia dan rahmat-Nya, sehingga penelitian dan penyusunan Tesis ini dapat diselesaikan. Tesis ini disusun dalam rangka memenuhi sebagian dari syarat untuk menyelesaikan pendidikan di Program MM Universitas Mercu Buana. Untuk itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Ir. Har Adi Basri, M.Ec, Ph.D. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis dalam penyusunan tesis ini.
2. Ibu Dr. Augustina Kurniasih, ME. selaku Ketua Program Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Wawan Purwanto, SE., MM. selaku Ketua Ujian Sidang, Bapak Dr. Mudji Sabar, MM. selaku Dosen Penguji Sidang dan Ibu Dr. Anik Trisuwarni selaku Dosen Penelaah Seminar yang telah memberikan masukan yang berarti dalam Karya Akhir ini.
4. Bapak Prof. Dr. Ir. Ngadino Surip, MS, selaku Wakil Direktur Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta.
5. Para dosen pengajar MM Universitas Mercu Buana (Kelas Menteng - Sabtu dan Minggu) Jakarta.
6. Bapak dan Almh. Ibu, Adik, Kakak, calon istri saya Shinda Amilah atas dukungan, doa, cinta dan kasih selama ini.

7. Teman-teman Angkatan XVII MM-UMB yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, atas dukungan, sharing, tawa dan canda selama masa perkuliahan.
8. Seluruh staf administrasi Program Studi S-2 Program Pasca Sarjana, Program Magister Manajemen Universitas Mercubuana, Jakarta.
9. Manajemen PT. Aevitas Consulting khususnya Direktur Utama Bapak Jap Jusin yang selama ini *full support* kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa tesis ini tidak luput dari kekurangan dan kesempurnaan, oleh karena itu kritikan dan masukan yang membangun sangat diharapkan.

Jakarta, Maret 2013

Penulis



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA