

Yusuf M. M. B. B.	
UNIVERSITAS MERCU BUANA	
Perpustakaan Pusat	
Sumber :	Sumbangan
Tanggal :	21 Mei 2016
No. Reg. :	1. T14151079
	2. Tm 151/15/065



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PENGARUH *PRICE, PEOPLE, PROCESS*, DAN
PHYSICAL EVIDENCE TERHADAP
BRAND IMAGE
(Studi pada Universitas Mercu Buana Tahun 2013)**

TESIS

Oleh

Kris Wibisono

55110120206

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCA SARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
2013**





UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PENGARUH *PRICE, PEOPLE, PROCESS, DAN
PHYSICAL EVIDENCE* TERHADAP
*BRAND IMAGE***

(Studi pada Universitas Mercu Buana Tahun 2013)

TESIS

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

Oleh

Kris Wibisono

55110120206

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCA SARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
2013**



ABSTRACT

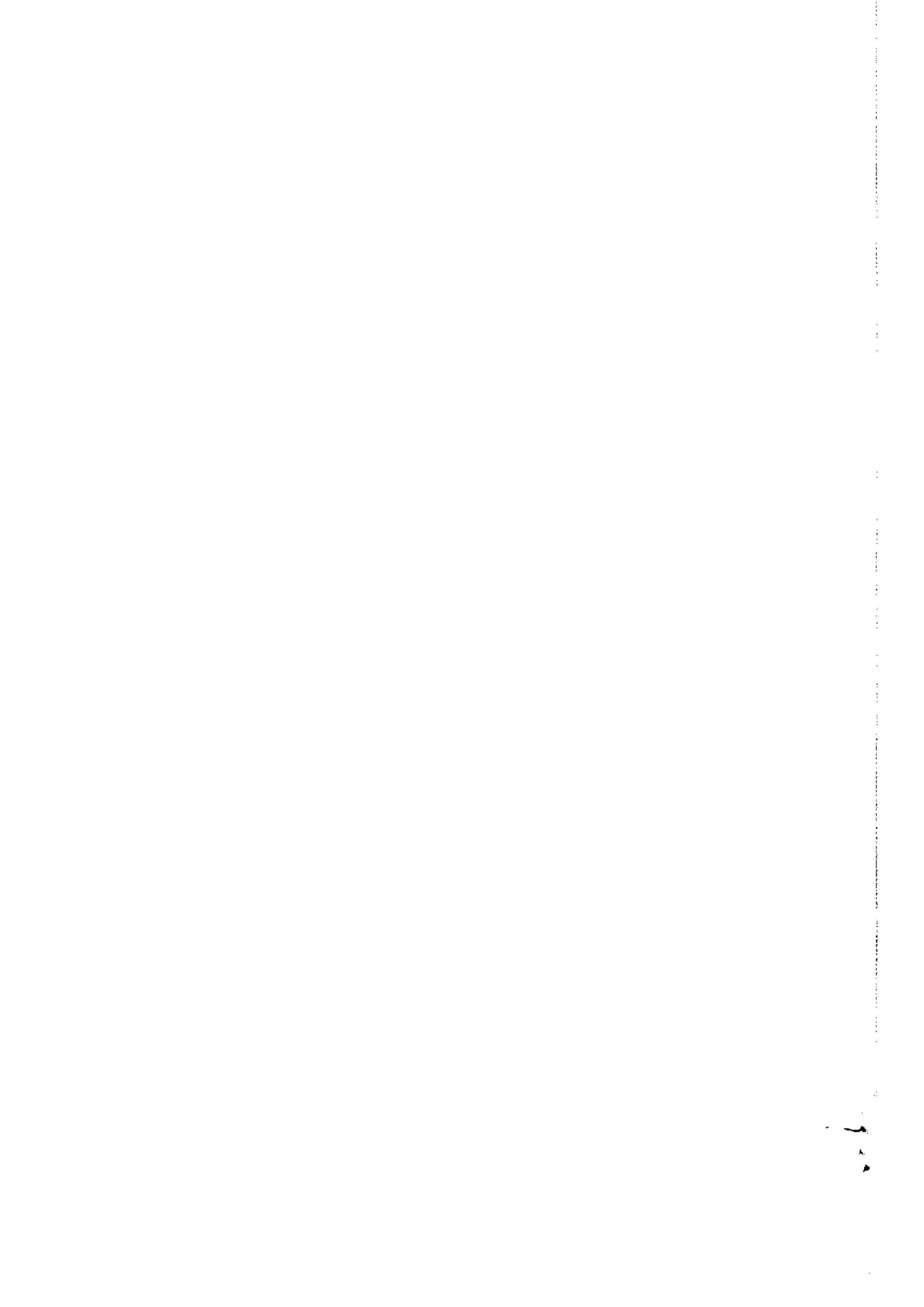
In winning the competition, companies must have a marketing strategy for their products, one of which was a decision in which branding is important in building the image of a product.

The purpose of this study was to determine the effect of simultaneous and partial, as well as the most dominant influence on the price, people, process, and physical evidence to the brand image Mercu Buana University in 2013.

To measure these variables, used questionnaires submitted to student of Mercu Buana University. Population and samples taken are as many as 100 respondents. Then test Heteroskidastity, Multicollinearity test, F test, t test, coefficient of determination, Multiple Linear Regression.

Based this study obtained results that the price has positive and significant, positive effect and people are not significant, positive impact and significant process, physical evidence and no significant positive effect on brand equity.

Keywords: price, people, process, physical evidence, brand image



ABSTRAK

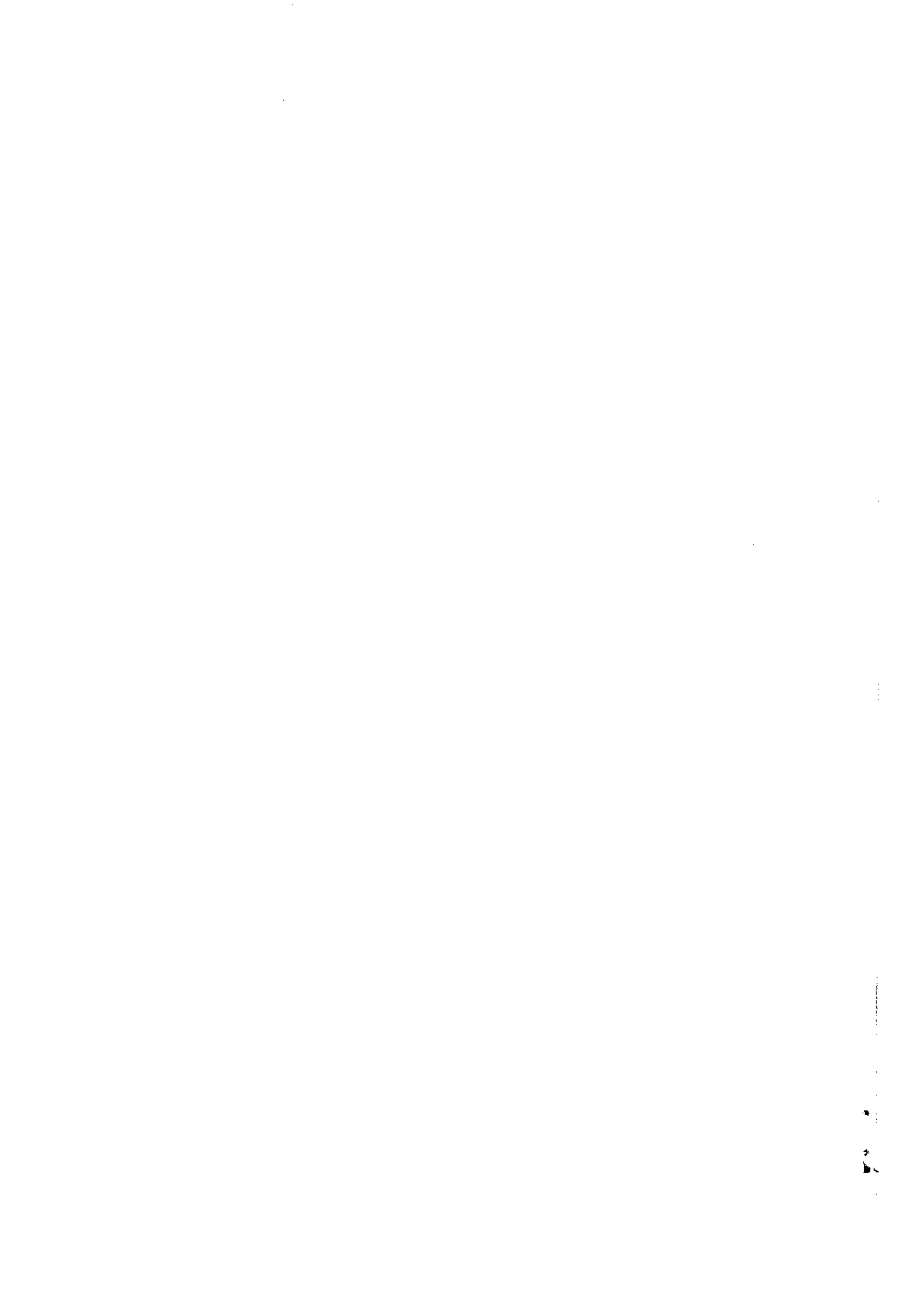
Dalam memenangkan persaingan, perusahaan harus mempunyai strategi pemasaran untuk produknya, salah satunya adalah keputusan dalam pemberian merek yang merupakan hal penting dalam membangun citra suatu produk.

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh simultan dan parsial, serta pengaruh yang paling dominan dari *price*, *people*, *process*, dan *physical evidence* terhadap citra merek Universitas Mercu Buana pada tahun 2013.

Untuk mengukur variabel tersebut, digunakan kuesioner yang disampaikan kepada mahasiswa aktif Universitas Mercu Buana. Populasi dan sampel yang diambil adalah sebanyak 100 orang responden. Kemudian dilakukan uji Heteroskedastisitas, uji Multikolinearitas, Uji F, Uji t, Koefisien determinasi, Regresi Linear Berganda.

Berdasarkan penelitian ini diperoleh hasil bahwa *price* berpengaruh signifikan, *people* berpengaruh tidak signifikan, *process* berpengaruh signifikan, *physical evidence* berpengaruh tidak signifikan terhadap *brand image*.

Kata kunci : *price*, *people*, *process*, *physical evidence*, *brand image*



PENGESAHAN

Judul : ***Pengaruh Price, People, Process, dan Physical Evidence terhadap Brand Image (Studi pada Universitas Mercu Buana Tahun 2013)***

Bentuk Karya Akhir : Riset Bisnis

Nama : Kris Wibisono

NIM : 55110120206

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Bulan : 2013

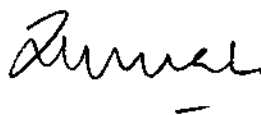
Pembimbing Utama



Dr. Mudji Sabar, MBA

Mengesahkan

**Ketua Program Studi
Magister Manajemen**



Dr. Ir. Augustina Kurniasih, ME

Direktur Program Pascasarjana



Prof. Dr. Didik J. Rachbini

PERNYATAAN

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

Judul : **Pengaruh *Price, People, Process, dan Physical Evidence* terhadap *Brand Image* (Studi pada Universitas Mercu Buana Tahun 2013)**

Bentuk Karya Akhir : Riset Bisnis

Nama : Kris Wibisono

NIM : 55110120206

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Bulan : 2013

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

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,

2013

METERAI
TEMPEL
PALEMBANG
TEL
ED2A3ACF2249737
6000 DJF

Kris Wibisono

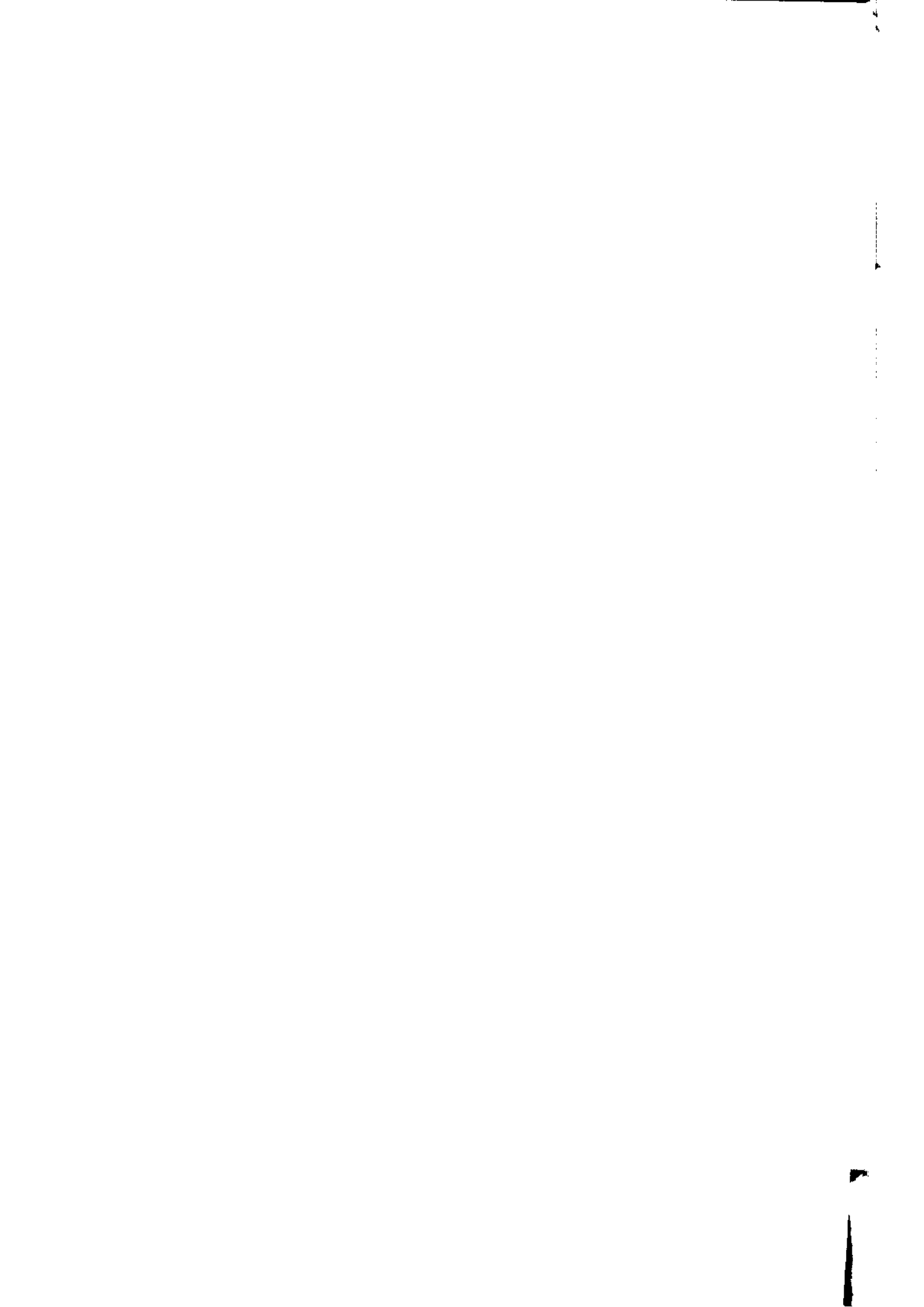
KATA PENGANTAR

Puji syukur alhamdulillah senantiasa kami panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah serta inayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan karya akhir ini.

Karya Akhir yang berjudul “Pengaruh *Price, People, Process*, dan *Physical Evidence* terhadap *Brand Image* (Studi pada Universitas Mercu Buana Tahun 2013)”, disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen.

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada semua pihak yang ikut membantu menyelesaikan tugas karya akhir ini, diantaranya:

1. Dr. Mudji Sabar, MBA, selaku dosen pembimbing thesis
2. Dr. Ir. Augustina Kurniasih, ME, Kaprodi Magister Manajemen.
3. Prof. Dr. Didik J. Rachbini, Direktur Program Pascasarjana.
4. Papa dan Mama yang selalu memberikan dukungan dalam segala hal.
5. Teman-teman Program Studi Magister Manajemen UMB Angkatan 2011.
6. Teman-teman Akutansi S1 angkatan 2006, *keep solidarity*.
7. Teman-teman SLIVER Semarang, “*you know you’re right*”.
8. Teman-teman Ropang 88 Samping Universitas Mercu Buana.

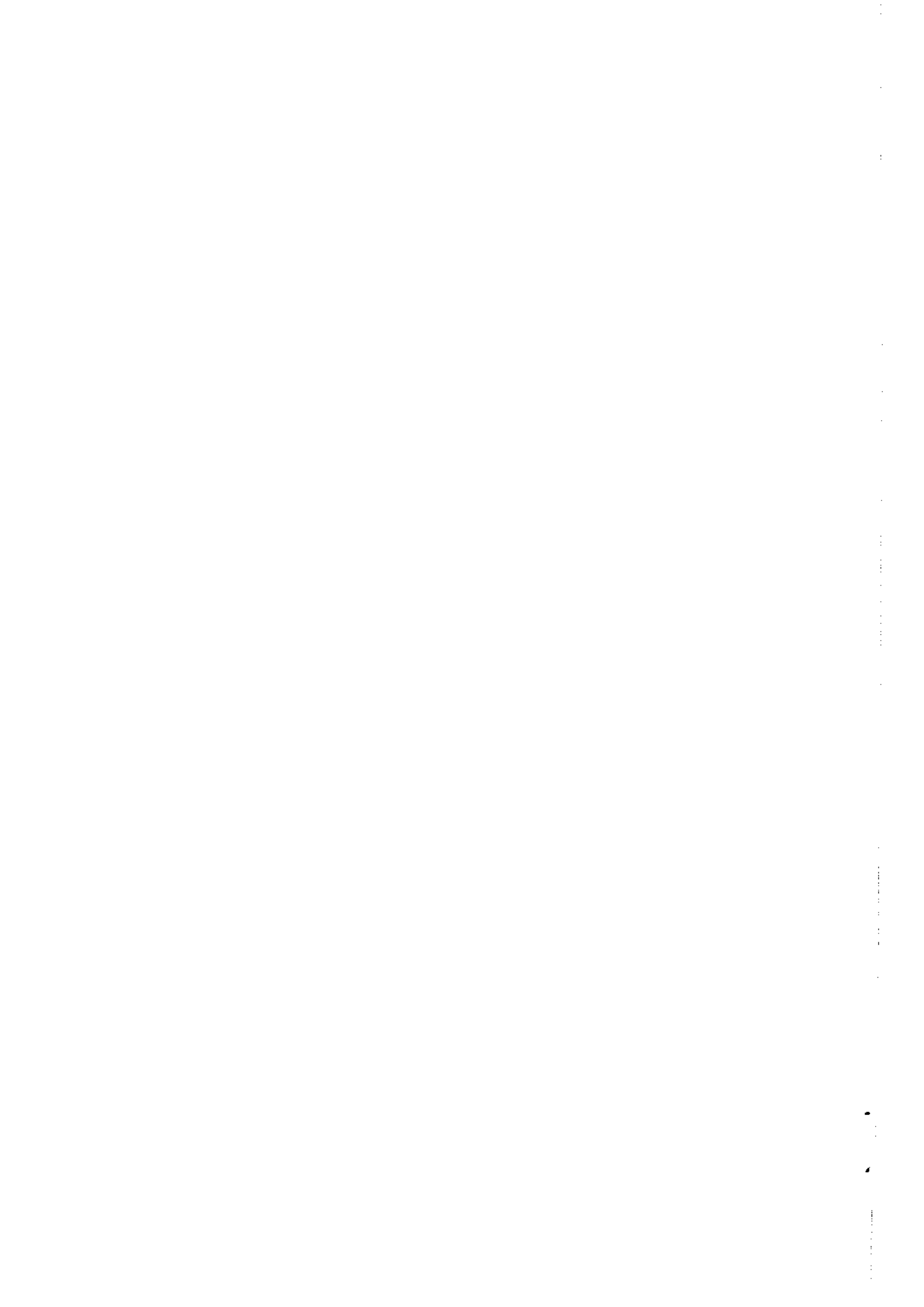


Dalam penyusunan thesis ini, kami menyadari masih banyak kekurangan. Untuk itu kami mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun untuk perbaikan penyusunan selanjutnya.

Jakarta,

2013

Kris Wibisono



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1	Tabel Daftar Jurusan dan Akreditasi Universitas Mercu Buana 3
Tabel 1.2	Daftar 20 Universitas Terbaik di Indonesia 4
Tabel 1.3	Faktor yang Dipertimbangkan dalam Memilih Universitas 5
Tabel 1.5	Angket Citra Universitas Mercu Buana Dari Sudut Mahasiswa 7
Tabel 2.1	Daftar Uang Pendidikan Mahasiswa Kelas Karyawan 16
Tabel 2.2	Program Studi dan Fasilitas Laboratorium 19
Tabel 3.1	Elemen-elemen Bukti Fisik 52
Tabel 3.2	Daftar Penelitian Terdahulu 57
Tabel 4.1	Data Mahasiswa Universitas Mercu Buana (Meruya) Periode 1 Desember 2012 – 1 Januari 2013 61
Tabel 4.2	Operasional Variabel 63
Tabel 4.3	Interprestasi Nilai R^2 67
Tabel 4.4	Interprestasi Koefisien Korelasi 71
Tabel 4.5	Tabel Matriks Korelasi Antar Dimensi 72
Tabel 5.1	Karakteristik Responden 74
Tabel 5.2	Hasil Uji Validitas Instrumen <i>Price</i> 75
Tabel 5.3	Hasil Uji Validitas Instrumen <i>People</i> 76
Tabel 5.4	Hasil Uji Validitas Instrumen <i>Process</i> 77
Tabel 5.5	Hasil Uji Validitas Istrumen <i>Physical Evidence</i> 78
Tabel 5.6	Hasil Uji Validitas Istrumen <i>Brand Image</i> 79
Tabel 5.7	Uji Reliabilitas 80

Tabel 5.8	Hasil Uji Kolmogrov-Smirnov Test.....	82
Tabel 5.9	Hasil Uji Multikolinearitas.....	83
Tabel 5.10	Koefisien Determinasi.....	85
Tabel 5.11	Hasil Uji F.....	86
Tabel 5.12	Hasil Uji t.....	87
Tabel 5.13	Hasil Analisis Linear Berganda.....	90
Tabel 5.14	Hasil Analisis Hubungan Antar Dimensi.....	91
Tabel 5.15	Modus Statistik Variabel <i>Price</i>	92
Tabel 5.16	Modus Statistik Variabel <i>People</i>	93
Tabel 5.17	Modus Statistik Variabel <i>Process</i>	94
Tabel 5.18	Modus Statistik Variabel <i>Physical Evidence</i>	96

5.5.1 Uji F (Uji koefisien regresi secara simultan)	85
5.5.2 Uji t (Uji koefisien regresi secara parsial)	87
5.6 Analisis Regresi Linear Berganda.....	89
5.7 Matrik Korelasi	91
5.8 Pembahasan dan Temuan Penelitian.....	92
BAB VI KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	
6.1 Kesimpulan	98
6.2 Rekomendasi.....	99
DAFTAR PUSTAKA.....	102
LAMPIRAN.....	105
RIWAYAT HIDUP	115

DAFTAR GAMBAR

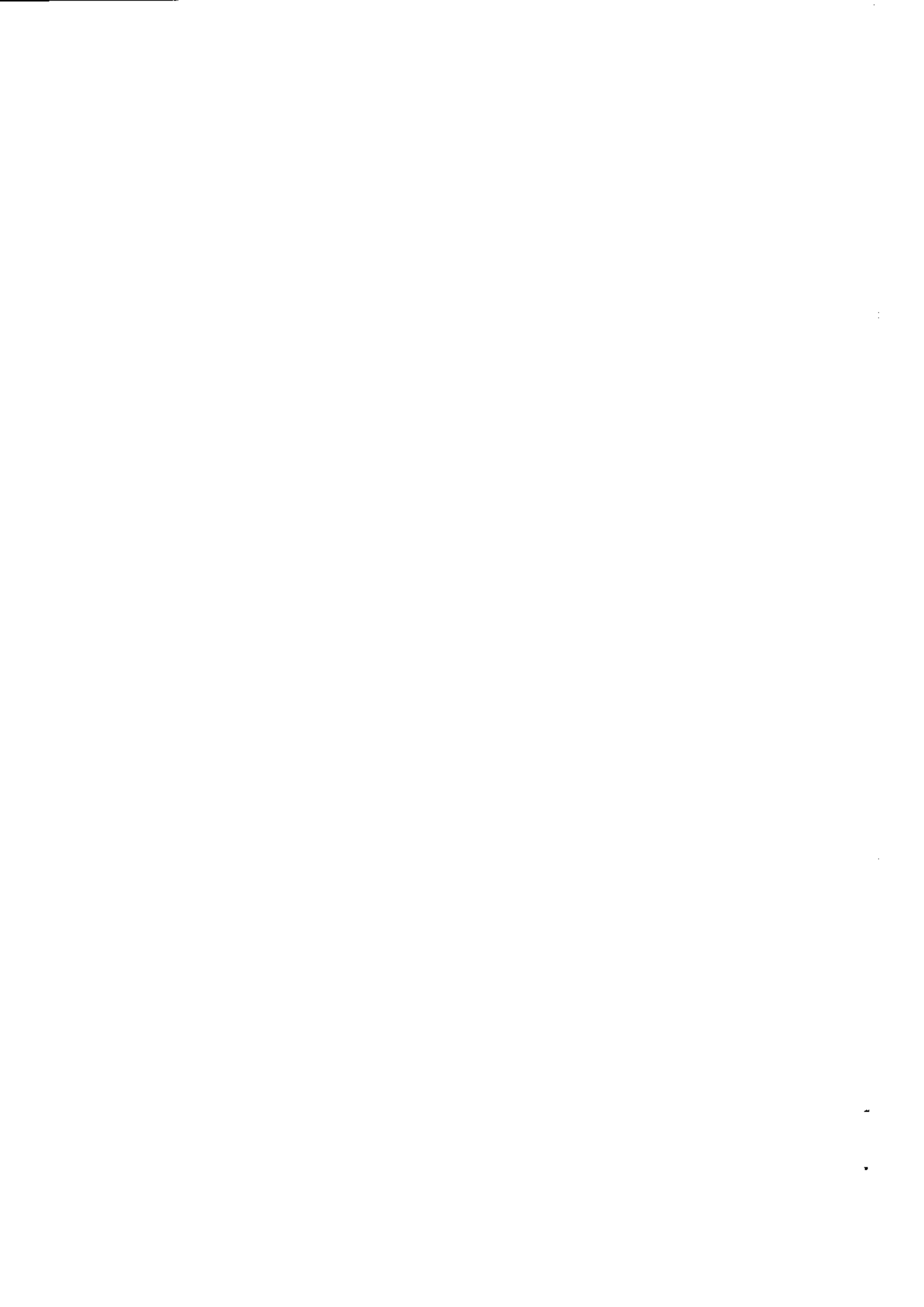
	Halaman
Gambar 2.1 Ruang Perkuliahan UMB.....	18
Gambar 2.2 Masjid Manarul Amal UMB.....	21
Gambar 2.3 Lapangan Olah Raga UMB.....	21
Gambar 3.1 Model Kerangka Pemikiran.....	49
Gambar 5.1 Hasil Uji Normalitas	83
Gambar 5.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	86

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1	Daftar Jurusan dan Akreditasi UMB 105
Lampiran 2	Angket Kepuasan Mahasiswa Terhadap Universitas Mercu Buana (Pra Riset) 106
Lampiran 3	Daftar Uang Pendidikan Mahasiswa Kelas Karyawan 107
Lampiran 4	Model Kerangka Pemikiran 108
Lampiran 5	Daftar Mahasiswa Aktif UMB 2012/2013 108
Lampiran 6	Karakteristik Responden 109
Lampiran 7	Uji Reliabilitaas 109
Lampiran 8	Hasil Uji Kolmogrov-Smirnov Test 110
Lampiran 9	Hasil Uji Multikolinearitas 110
Lampiran 10	Hasil Uji Analisis Berganda 111
Lampiran 11	Hasil Uji F 111
Lampiran 12	Analisis Hubungan Antar Dimensi 111
Lampiran 13	Kuisisioner 112
Lampiran 14	Hasil Kuisisioner 113

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN	
<i>ABSTRACT</i>	i
ABSTRAK	ii
PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	8
1.3 Rumusan Masalah.....	9
1.4 Maksud dan Tujuan Penyusunan	9
1.5 Manfaat dan Kegunaan Penelitian	10
1.6 Tahap dan Waktu Penelitian	10

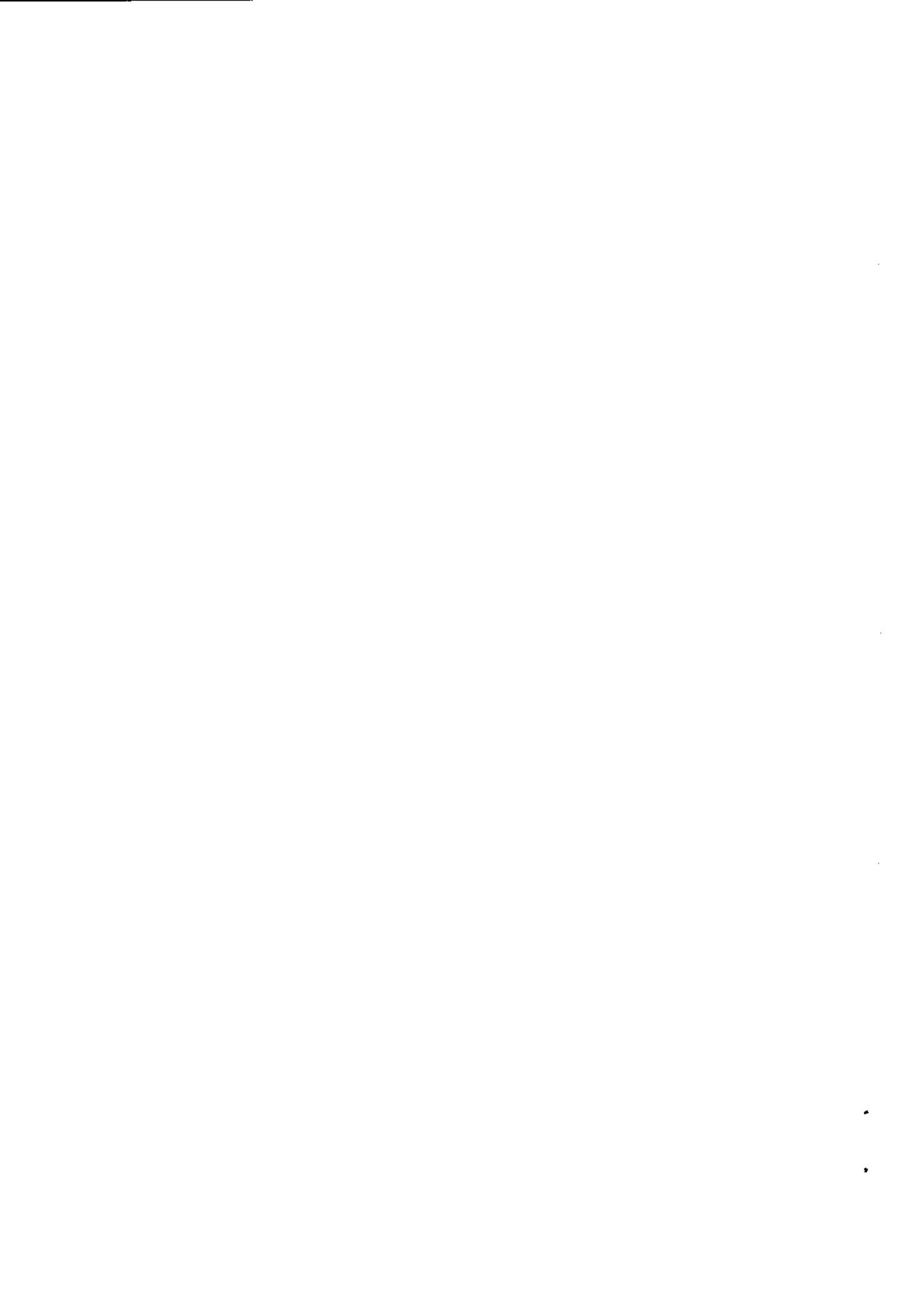


BAB II UNIVERSITAS MERCU BUANA

2.1	Sejarah Universitas Mercu Buana.....	11
2.2	Karakteristik Universitas Mercu Buana.....	15
2.2.1	Sarana Fasilitas Perkuliahan.....	17
2.2.2	Fasilitas Penunjang.....	20
2.3	Proses Bisnis Universitas Mercu Buana.....	21
2.4	Tantangan Bisnis.....	23

BAB III KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

3.1	Konsep Pemasaran Jasa.....	24
3.1.1	Bauran Pemasaran Jasa.....	27
3.1.2	Bauran Pemasaran Lembaga Pendidikan.....	27
3.1.3	Pengertian dan Karakteristik Jasa Pendidikan.....	28
3.1.4	Pengertian Pemasaran Pendidikan.....	31
3.1.5	Kepuasan Pelanggan Pendidikan.....	33
3.2	<i>Price</i>	39
3.2.1	Strategi Penetapan Harga.....	39
3.2.2	Peranan Harga.....	42
3.3	<i>People</i>	43
3.4	<i>Process</i>	46
3.5	<i>Physical Evidence</i>	49
3.6	<i>Brand Image</i>	51
3.7	Penelitian Terdahulu.....	56



3.8	Kerangka Berfikir	57
3.9	Hipotesis	58

BAB IV METODE PENELITIAN

4.1	Objek Riset, Waktu, dan Tempat Penelitian	59
4.2	Desain Penelitian.....	60
4.3	Populasi dan Sampel	60
4.4	Kerangka Sampling.....	62
4.5	Teknik Pengumpulan Data.....	62
4.6	Operasionalisasi Variabel.....	62
4.7	Teknik Analisis Data.....	64
4.8	Metode Analisis Data.....	66
4.9	Matriks Korelasi.....	72

BAB V HASIL DAN ANALISIS

5.1	Karakteristik Responden	73
5.2	Pengujian Instrumen.....	75
5.2.1	Uji Validitas.....	75
5.2.2	Uji Realibilitas	80
5.3	Uji Asumsi Klasik.....	81
5.3.1	Uji Normalitas.....	81
5.3.2	Uji Multikolinearitas.....	83
5.3.3	Uji Heteroskedastisitas	84
5.4	Koefisien Determinasi.....	85
5.5	Pengujian Hipotesis.....	85

