

**PENGARUH MEREK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA PT DAYA KOBELCO
CONSTRUCTION MACHINERY INDONESIA**

SKRIPSI

Nama : Sarwoto
NIM : 43108110104



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2013

**PENGARUH MEREK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA PT DAYA KOBELCO
CONSTRUCTION MACHINERY INDONESIA**

SKRIPSI

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

Nama : Sarwoto
NIM : 43108110104



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2013**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Sarwoto
NIM : 43108110104
Program Studi : 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 dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 20 Januari 2013



(Sarwoto)
NIM : 43108110104

LEMBAR PENGESAHAN DEWAN PENGUJI

Skripsi
Pengaruh Merk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk
Pada PT Daya Kobelco Construction Machinery Indonesia

Dipersiapkan dan Disusun oleh:
Sarwoto
43108110104

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 08 Maret 2013

Susunan Dewan Penguji
Ketua Penguji / Pembimbing Skripsi

(Dra. Aty Herawati, M.Si.)

Anggota Dewan Penguji

(Dr. Arisetyanto Nugroho, MM)

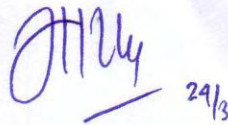
Anggota Dewan Penguji

(Dra. Evawati Khumaedi, M.Si.)

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Sarwoto
NIM : 43108110104
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : **Pengaruh Merk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada PT Daya Kobelco Construction Machinery Indonesia.**
Tanggal Ujian : 08 Maret 2013

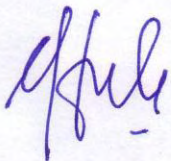
Disahkan Oleh :
Pembimbing Skripsi



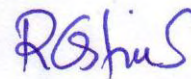
(Dra. Aty Herawati, M.Si.)
Tanggal :

Dekan

Ketua Program Studi Manajemen



(Dr. Wiwik Utami, Ak, M.Si)
Tanggal :



(Dr. Rina Astini, SE,MM.)
Tanggal :

KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum Wr.Wb.

Alhamdulillah Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala petunjuk, kesehatan dan rahmat yang berlimpah sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Adapun penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat di dalam memperoleh gelar Sarjana di Universitas Mercu Buana Jakarta.

Penulisan skripsi ini selesai dengan bantuan berbagai pihak yang telah membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Karenanya, penulis secara khusus mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Arisetyanto Nugroho, MM, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Bapak Yenon Orsa, Ir. MT, selaku Direktur Kelas Karyawan Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Dr. Wiwik Utami, Ak, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Arief Bowo Prayoga K., SE,MM selaku Wakil Dekan dan Pembina Kemahasiswaan Universitas Mercu Buana.
5. Ibu Dr. Rina Astini, SE,MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Strata 1 Universitas Mercu Buana.
6. Ibu Dra.Aty Herawati, M. Si, selaku dosen pembimbing yang telah bersedia memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.

7. Seluruh Dosen dan Staf Universitas Mercu Buana yang telah memberikan pelayanan dalam studi dan dalam pembuatan skripsi ini.
8. Pimpinan dan seluruh karyawan PT.DAYA KOBELCO CONTRUCTION MACHINERI INDONESIA yang telah membantu dan mendukung dalam penulisan skripsi ini..
9. Teristimewa kepada Bapak dan Ibu tercinta, dan seluruh keluarga yang telah memberikan nasehat, dukungan dan doa restu kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman-teman seperjuangan di kampus, yang telah memberikan kenangan manis, dukungan serta solidaritasnya kepada penulis baik secara langsung maupun tidak langsung sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
11. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, terima kasih atas segala bantuan dan informasi yang diberikan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Saya sadar bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan,oleh karnanya kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sangatlah di harapkan. Semoga Allah SWT memberikan pahala dan balasan yang berlipat ganda atas amal dan budi baik semua pihak tersebut di atas. Amin. Akhirnya, dari segala ketulusan hati semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Jakarta, 20 Januari 2013

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAK.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Batasan Masalah.....	3
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	3

BAB II LANDASAN TEORI	5
2.1 Pengertian Pemasaran.....	5
2.2 Konsep Pemasaran Holistik.....	5
2.2.1 Orientasi Pemasaran Holistik dan Nilai Pelanggan.....	6
2.2.2 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	7
2.3 Bauran Pemasaran.....	7
2.4 Pengertian Merek.....	9
2.4.1 Cara Membangun Merek.....	12
2.5 Kualitas Pelayanan.....	13
2.5.1 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan.....	16
2.6 Pengertian Keputusan Pembelian.....	18
2.6.1 Metode dan Keputusan Pembelian Industri	20
2.6.2 Faktor Keputusan Pembelian.....	23
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN.....	28
3.1 Obyek Penelitian.....	28
3.1.1 Lokasi Penelitian.....	28
3.1.2 Gambaran Umum Perusahaan.....	28
3.2 Desain Penelitian.....	29
3.3 Hepotesis.....	30
3.4 Variabel dan Skala Penelitian.....	30
3.4.1 Variabel.....	30
3.4.2 Definisi Oprasional Variabel.....	31
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	34

3.6 Jenis Data.....	36
3.7 Populasi dan Sampel	36
3.8 Metode Analisis Data	37
3.8.1 Uji Validitas.....	37
3.8.2 Uji Realibilitas.....	38
3.8.3 Tekhnik Analiis Data.....	39
3.8.4 Uji Asumsi Klasik.....	39
3.8.5 Analisis Regresi Linier Berganda.....	41
3.8.6 Pengujian Koefisien Persamaan Regresi.....	41
BAB IV. ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1 Karakteristik Responden.....	46
4.1.1 Perusahaan Bergerak Di Bidang.....	46
4.1.2 Lama Kerja Sama.....	47
4.1.3 Jumlah Produk Excavator Kobelco Yang Dimiliki.....	48
4.2 Analisa Merek Produk Excavator Kobelco.....	48
4.3 Analisis Kualitas Pelayanan Kobelco.....	57
4.4 Analisis Keputusan Pembelian.....	73
4.5 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	79
4.5.1 Uji Validitas.....	79
4.5.2 Uji Reliabilitas.....	81
4.6 Uji Asumsi Klasik.....	82
4.6.1 Uji Normalitas.....	82
4.6.2 Uji Heterokedastisitas.....	84

4.6.3 Uji Multikolinieritas.....	84
4.6.4 Uji Autokorelasi.....	85
4.7 Analisis Pengaruh Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	87
4.7.1 Analisis pengaruh merek dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian secara bersama-sama.....	87
4.7.2 Analisis pengaruh merek dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian secara parsial.....	89
BAB V. SIMPULAN DAN SARAN.....	91
5.1 KESIMPULAN.....	91
5.2 SARAN.....	92
DAFTAR PUSTAKA.....	93

DAFTAR TABEL

	Halaman	
Tabel 3.1	Oprasional Variabel X dan Y (Merek,Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian.....	32
Tabel 3.2	Instrumen Skala Likert.....	35
Tabel 4.1	Perusahaan Bergerak di Bidang.....	46
Tabel 4.2	Lama Kerja Sama.....	47
Tabel 4.3	Jumlah Unit Exavator Kobelco yang di Miliki.....	48
Tabel 4.4	Pernyataan Responden Mengenai Nama Kobelco Mewakili Produk Kobelco.....	49
Tabel 4.5	Pernyataan responden mengenai warna biru pada Kobelco mewakili ciri khas produk Kobelco.....	50
Tabel 4.6	Pernyataan responden mengenai Kobelco sebagai merek mewakili produk <i>excavator</i> (alat penggali tanah).....	51
Tabel 4.7	Pernyataan responden mengenai Kobelco mewakili citra perusahaan yang ramah lingkungan.....	52
Tabel 4.8	Pernyataan responden mengenai Kobelco sebagai	

	produk asli buatan Jepang dapat memnuhi kebutuhan <i>excavator</i> (alat penggali tanah) di pasar Indonesia.....	53
Tabel 4.9	Pernyataan responden mengenai Kobelco sebagai merek memberikan kesan khusus bagi saya.....	54
Tabel 4.10	Pernyataan responden mengenai Kobelco menunjukkan jati diri produk yang kuat bagi saya.....	55
Tabel 4.11	Rekapitulasi Pernyataan Responden Variabel Merek.....	56
Tabel 4.12	Fasilitas gedung PT Kobelco tersedia dengan lengkap.....	58
Tabel 4.13	Sarana tempat parkir gedung PT Kobelco luas dan memenuhi standar keamanan.....	59
Tabel 4.14	Penampilan kantor PT Kobelco bersih.....	59
Tabel 4.15	Ruang kantor PT Kobelco rapi dan memberi kenyamanan.....	61
Tabel 4.16	Fasilitas telepon dan komunikasi PT Kobelco tersedia lengkap.....	62
Tabel 4.17	Penampilan fisik karyawan PT Kobelco rapi dan sopan.....	63
Tabel 4.18	Kobelco menjamin pengiriman atas pesanan produk dengan baik	64
Tabel 4.19	Pengiriman atas pesanan produk Kobelco tepat waktu.....	65
Tabel 4.20	Kobelco memberi pelayanan yang sesuai kebutuhan pelanggan secara cepat.....	66
Tabel 4.21	Kobelco memberikan pelayanan yang sesuai kebutuhan pelanggan dengan tepat.....	67

Tabel 4.22	Kobelco mampu memenuhi kebutuhan pelanggan.....	68
Tabel 4.23	Produk Kobelco memahami keinginan pelanggan.....	69
Tabel 4.24	Produk Kobelco memahami kebutuhan pelanggan.....	70
Tabel 4.25	Rekapitulasi Pernyataan Responden Variabel Kualitas Pelayanan.....	71
Tabel 4.26	Rekapitulasi Pernyataan Responden Variabel Kualitas Pelayanan(Lanjutan).....	72
Tabel 4.27	Kualitas produk KOBELCO lebih bagus dibandingkan dengan produk lain.....	74
Tabel 4.28	Produk KOBELCO banyak pilihan, sehingga memudahkan dalam memilih.....	75
Table 4.29	Produk dari KOBELCO memiliki citra yang bagus (merek memiliki prestise dan berkualitas).....	76
Tabel 4.30	Desain bentuk dan produk KOBELCO menarik.....	77
Tabel 4.31	Rekapitulasi Pernyataan Responden Variabel Keputusan Pembelian.....	78

Tabel 4.32	Uji Validitas terhadap Variabel X_1 Merek.....	79
Tabel 4.33	Uji Validitas terhadap Variabel X_2 Kualitas Pelayanan (Lanjutan).....	80
Tabel 4.34	Uji Validitas terhadap Variabel Y Keputusan Pembelian.....	80
Tabel 4.35	Hasil Uji Reliabilitas Merek.....	81
Tabel 4.36	Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan.....	81
Tabel 4.37	Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian.....	81
Tabel 4.38	One-Sample Kolmogorov Smirnov Test.....	83
Tabel 4.39	Uji Multikolinieritas Coefficients ^a	85
Tabel 4.40	Uji Autokorelasi Model Summary ^b	86
Table 4.41	Uji F / Serempak.....	88
Tabel 4.42	Uji t/ Parsial	89

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 <i>Holistic Marketing Dimensions</i>	6
Gambar 4.1 Grafik <i>scatterplot</i>	84

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner.....	93
Lampiran 2 Jawaban karakteristik responden.....	98