



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PENGARUH HARGA DAN MUTU PELAYANAN
TERHADAP TINGKAT PEMBELIAN
PADA TOSERBA KOPETRI, JAKARTA**

KARYA AKHIR

Oleh:

MARDIYONO

NIM : 5510412-030

**UNIVERSITAS MERCUBUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN**

2007



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PENGARUH HARGA DAN MUTU PELAYANAN
TERHADAP TINGKAT PEMBELIAN
PADA TOSERBA KOPETRI, JAKARTA**

KARYA AKHIR

**Diajukan sebagai Salah satu Syarat untuk menyelesaikan Program
Pascasarjana Program Magister Manajemen**

Oleh:

MARDIYONO

NIM : 5510412-030

**UNIVERSITAS MERCUBUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN**

2007

ABSTRACT

This research has some purposes are investigating correlations between product price and service quality to constomer's buying level of Toserba Kopetri, Jakarta both simultaneously and partially, how strong correlations are, and which independent variables have strongest correlations to dependent variable.

From Rank Spearman partial correlations results showed that both product price and service quality have positif significant correlations to customer's buying level of Toserba Kopetri, Jakarta. Rank Spearman correlations coefficient that gotten from calculation were r_s for product price variable = 0,457 significant to level 0,01 and r_s for service quality variable = 0,356. From such a result of partial correlation we can see that product price has stronger correlation than service quality in order to influencing customer's buyer level of Toserba Kopetri, Jakarta.

While from result of mutiple linear regression was showed that multiple correlation coefficient (R) was gotten 0,566 and determinant coefficient (R Square) was gotten 0,320 means that simultaneously both independent variables have enough correlation to customer's buying level of Toserba Kopetri, Jakarta. Every single of changes variety that happened to price product level and service quality amounted 1 unit could influence changes variety of customer's buying level amounted 32% and the rest one amounted 68% was influenced by another factors such as product quality, promotion and product distribution.

Hypothesis partial test result was showed that t calculated for each of product price varieble ($t_1 = 3,887$) and t calculated for service quality ($t_2 = 2,856$) both have t calculated still bigger than t table. It means that both produc price and service quality partially has strong and positive correlations to customer's buying level of Toserba Kopetri, Jakarta.

Finaly, from simultaneously hipotesis through F Anova test was resulted that F calculated was gotten from calculation 7,480 significance to level 0,01. Such a F calculated was still higher than F Table. It means that simultaneously product level and service quality have strong and positive significant correlations to customer's buying level of Toserba Kopetri, Jakarta. Generaly, from reserach was got conclusion that Alternative Hypothesis (H_a) was proved and could be accepted.

ABSTRAK

Penelitian dilakukan untuk melihat pengaruh variabel harga produk dan mutu pelayanan terhadap tingkat pembelian konsumen/ pelanggan Toserba Kopetri, Jakarta. Pengaruh yang ingin diuji adalah pengaruh secara terpisah (parsial) dan secara simultan (bersama-sama).

Dari hasil analisis korelasi parsial melalui Rank Spearman diperoleh hasil bahwa baik variabel harga produk dan mutu pelayanan memiliki korelasi yang positif signifikan terhadap tingkat pembelian konsumen/ pelanggan Toserba Kopetri Jakarta. Nilai korelasi Rank Spearman yang diperoleh dari hasil perhitungan untuk variabel harga produk diperoleh nilai $r_s = 0,457$ signifikan pada level 0,01 dan nilai korelasi (r_s) untuk variabel mutu pelayanan diperoleh nilai $r_s = 0,356$. Dari hasil uji korelasi parsial tersebut dapat dilihat bahwa harga produk memiliki nilai korelasi yang lebih kuat ketimbang mutu pelayanan dalam mempengaruhi tingkat pembelian konsumen/pelanggan Toserba Kopetri Jakarta.

Dari analisis linier regresi berganda diperoleh hasil bahwa nilai koefisien korelasi berganda (R) sebesar 0,566 dan nilai koefisien determinan (R Square) sebesar 0,320. Pengertian nilai tersebut menunjukkan secara bersama-sama harga produk dan mutu pelayanan memiliki korelasi yang relatif sedang terhadap tingkat pembelian konsumen/pelanggan Toserba Kopetri, Jakarta. Setiap variasi perubahan harga produk dan mutu pelayanan sebesar 1 unit satuan mampu menyebabkan variasi perubahan tingkat pembelian konsumen sebesar 32% dan sisanya sebesar 68% dipengaruhi faktor-faktor lain yang tidak ikut diteliti seperti kualitas produk, promosi, dan pendistribusian produk.

Hasil pengujian hipotesis secara parsial melalui uji t signifikansi diperoleh hasil nilai t hitung yang diperoleh untuk harga produk $t_1 = 3,887$ dan nilai t hitung untuk mutu pelayanan $t_2 = 2,856$ kedua nilai hitung tersebut masih relatif lebih besar dibandingkan t tabelnya sehingga dapat disimpulkan bahwa Hipotesis Penelitian (H_a) diterima. Pengertian yang diperoleh menunjukkan terdapat pengaruh yang positif signifikan antara harga produk dan mutu pelayanan secara terpisah dengan tingkat pembelian konsumen/pelanggan Toserba Kopetri Jakarta.

Hasil yang diperoleh untuk uji pembuktian hipotesis secara simultan melalui uji F Anova dari proses perhitungan diperoleh nilai F hitung sebesar 7,480 signifikan pada level 0,01. Dengan nilai F hitung tersebut jelas relatif masih besar jika dibandingkan nilai F tabelnya. Pengertian lain adalah secara bersama-sama variabel harga produk dan mutu pelayanan mampu memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap tingkat pembelian konsumen/pelanggan Toserba Kopetri Jakarta.

PENGESAHAN KARYA AKHIR

Judul : Pengaruh Harga dan Pelayanan Terhadap Tingkat Pembelian
Pada Toserba Kopetri Jakarta

Nama : MARDIYONO

N.I.M : 5510412 - 030

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Tanggal : September 2007

Mengesahkan

Ketua Program Magister Manajemen



Dr. Ir. Mustika Sufiati Purwanegara, M.Sc

Pembimbing Utama

Dr. Ir. Mustika Sufiati Purwanegara, M.Sc

Pembimbing II

Endi Rikarti, SE., M.E

PERNYATAAN

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

Judul : Pengaruh Harga dan Pelayanan Terhadap Tingkat Pembelian Pada
Toserba Kopetri Jakarta

Nama : Mardiyono

N.I.M : 5510412 – 030

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

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

Karya Akhir 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 sumebernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, September 2007



Mardiyono

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar Pascasarjana Magister Manajemen di Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan karya akhir ini masih banyak kekurangan dan kelemahannya. Menyadari hal tersebut, penulis dengan senang hati dan tulus akan menerima kritik dan saran yang konstruktif untuk masa yang akan datang.

Pada kesempatan kali ini penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu penulis, baik berupa bantuan moril maupun materiil hingga terselesaikannya penulisan karya akhir ini. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr.Ir. H. Suharyadi, M.S selaku Rektor Universitas Mercu Buana
Jakarta
2. Bapak Dr.Ir. Dana Santoso, M.Eng, Sc. Ph.D selaku Direktur Program Pasca Sarjana Magister Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta.
3. Ibu Dr. Ir. Mustika Sufiati Purwanegara, M.Sc selaku Ketua Program Magister dan Dosen Pembimbing Utama yang telah banyak sekali memberikan dan masukan yang sangat berharga dalam penyusunan karya akhir ini.
4. Bapak Endi Rikarti, SE, ME selaku pembimbing kedua yang telah memberikan bimbingan dalam penyusunan karya akhir ini.

5. Para dosen Program Pasca Sarjana yang telah memberikan bimbingan selama proses belajar mengajar di program Magister Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta
6. Para responden toserba Kopetri yang telah berbaik hati meluangkan waktunya yang sangat berharga untuk memberikan masukan bagi penulisan karya akhir ini sehingga berkenan untuk mengisi daftar pertanyaan yang diajukan
7. Para pengurus, Dirkop dan Para Pegawai Kopetri yang telah banyak membantu dalam penyediaan data dan kemudahan dalam proses penelitian.
8. Istri tercinta dan kedua anakku tersayang yang tidak henti-hentinya memberikan semangat dan membantu dalam penyusunan karya akhir ini.

Sebagai manusia yang penuh dengan kekhilafan saya tidak dapat membalas jasa-jasa semua pihak yang telah mengulurkan tangan untuk membantu proses penyelesaian karya akhir ini, semoga Tuhan membalas semua kebaikan semua pihak yang telah membantu saya. Saya berharap bahwa karya akhir ini dapat pula berguna untuk pihak-pihak lain yang memerlukannya.

Jakarta, September 2007

Penulis

Mardiyono

DAFTAR ISI

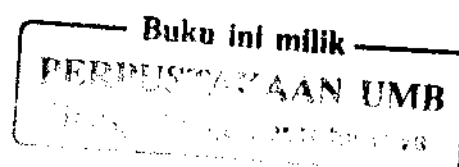
ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
PENGESAHAN KARYA AKHIR	iii
PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah-Masalah	4
1.3. Maksud dan Tujuan Penyusunan	5
1.4. Manfaat dan Kegunaan	6
1.5. Sistematika Penulisan	7

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1. Kajian Pustaka.....	9
2.1.1. Hasil Penelitian Terdahulu.....	9
2.1.2. Teori Bisnis Retail.....	10
2.1.3. Teori Harga1	15
2.1.4. Teori Pelayanan (Service)	21
2.1.5. Teori Perilaku Konsumen dan Kaitannya dengan Tingkat Pembelian	24
2.2. Kerangka Pemikiran.....	27
2.3. Hipotesis	29



BAB III OBJEK DAN METODE

3. 1. Objek dan Waktu Penelitian.....	31
3. 2. Metode Penelitian.....	31
3.2.1. Desain Penelitian.....	31
3.2.2. Populasi dan Sampel	32
3.2.3. Variabel dan Parameter	33
3.2.4. Instrumen Penelitian.....	34
3.2.5. Kisi-Kisi Instrumen Penelitian	35
3.2.6. Teknik Analisa Data	38

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Singkat Kopetri.....	46
4.1.1. Sejarah Singkat Kopetri	46
4.1.2. Struktur Organisasi Koperasi Perum Peruri (Kopetri)	48
4.1.3. Kegiatan Usaha Koperasi Perum Peruri (Kopetri)	49
4.1.4. Kegiatan Usaha Toserba Koperasi Perum Peruri (Toserba Kopetri) ..	54
4.2. Hasil Uji Validalitas dan Reliabilitas.....	55
4.2.1. Hasil Uji Validalitas	55
4.2.2. Hasil Uji Reliabilitas	57
4.3. Karakteristik Responden	61
4.3.1. Karakteristik Jenis Kelamin (Jender) Responden	62
4.3.2. Karakteristik Responden Dari Usia.....	63
4.3.3. Karakteristik Status Responden	64
4.3.4. Karakteristik Frekuensi Pembelian	65
4.4. Hasil Persepsi Responden atas Penetapan Harga dan Pelayanan.....	67
4.4.1. Hasil Persepsi Responden Atas Penetapan Harga Produk (X_1)	67
4.4.2. Hasil Analisis Persepsi Responden Atas Mutu Pelayanan (X_2).....	77
4.4.3. Hasil Analisis Frekuensi Tingkat Pembelian Konsumen (Y)	87
4.5. Hasil Analisis Deskriptif Statistik	88
4.6. Hasil Analisis Korelasi Parsial Rank Spearman	90

4.6.1. Pengaruh Harga Produk (X_1) Dengan Tingkat Pembelian Konsumen (Y).....	90
4.6.2. Pengaruh Mutu Pelayanan (X_2) Dengan Tingkat Pembelian Konsumen (Y).....	92
4.7. Hasil Analisis Koefisien Korelasi Ganda (R) dan Determinasi (R Square)	93
4.8. Hasil Analisis Linier Regresi Sederhana (Simple Linear Regression)	94
4.8.1. Persamaan Linier Regresi Harga Produk Dengan Tingkat Pembelian.....	94
4.8.2. Persamaan Linier Regresi Mutu Layanan Dengan Tingkat Pembelian.....	97
4.9. Hasil Analisis Linier Regresi Berganda (Multiple Linier Regression).....	101
4.10. Penerapan Harga dan Pelayanan Toserba Kopetri	105
 BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan	107
5.2. Saran.....	110
 DAFTAR PUSTAKA	112
LAMPIRAN-LAMPIRAN	114
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	148

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Pelayanan Eceran Secara Umum	23
Tabel 3.1 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian	36
Tabel 4.1 Hasil Uji Validasi Harga	53
Tabel 4.2 Hasil Uji Validasi Variable Pelayanan	57
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas Harga	59
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas Pelayanan	60
Tabel 4.5 Data Descriptive Statistics	88
Tabel 4.6 Data Korelasi Harga Terhadap Tingkat Pembelian	91
Tabel 4.7 Data Korelasi Palayanan Terhadap Tingkat Pembelian	92
Tabel 4.8 Data Nilai R dan R Square	93
Tabel 4.9 Data Persamaan Linier Regresi Sederhana Harga Terhadap Tingkat Pembelian	94
Tabel 4.10 Data Persamaan Linier Regresi Sederhana Pelayanan Terhadap Tingkat Pembelian	97
Tabel 4.11 Data Persamaan Linier Regresi Berganda dari Harga Dan Pelayanan Terhadap Tingkat Pembelian	101
Tabel 4.12 Data F Anova	103

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Dasar Pemikiran	27
Gambar 4.1 Karakteristik Jender Responden	62
Gambar 4.2 Karakteristik Latar Belakang Usia Responden	63
Gambar 4.3 Karakteristik Status Responden	64
Gambar 4.4 Karakteristik Pembelian Bulanan Responden	66
Gambar 4.5 Diagram Persepsi Responden Atas Kesesuaian Harga Dengan Mutu	67
Gambar 4.6 Diagram Persepsi Responden Atas Kesesuaian Harga Dengan Harapan	68
Gambar 4.7 Diagram Persepsi Responden Atas Harga Dengan Menarik Minat	69
Gambar 4.8 Diagram Persepsi Responden Ketergantungan Minat Pada Harga	70
Gambar 4.9 Diagram Persepsi Responden Atas harga Relatif Mahal Dari pada Pesaing	71
Gambar 4.10 Diagram Persepsi Responden Atas Harga Bersaing	72
Gambar 4.11 Diagram Persepsi Responden Setuju Atas Harga	73
Gambar 4.12 Diagram Persepsi Responden Atas Pentingnya Harga Terhadap Penjualan	74
Gambar 4.13 Diagram Persepsi Responden Atas Pemberian SHU	75
Gambar 4.14 Diagram Persepsi Responden Atas Arti Penting SHU	76
Gambar 4.15 Diagram Persepsi Responden Atas Keterampilan Petugas	77

Halaman

Gambar 4.16 Diagram Persepsi Responden Atas Kemampuan Petugas	78
Gambar 4.17 Diagram Persepsi Responden Atas Keramahan Petugas	79
Gambar 4.18 Diagram Persepsi Responden Atas Perhatian Petugas	80
Gambar 4.19 Diagram Persepsi Responden Atas Kelengkapan Sarana Prasarana	81
Gambar 4.20 Diagram Persepsi Responden Atas Lokasi	82
Gambar 4.21 Diagram Persepsi Responden Atas Kemampuan Petugas Memahami Kebutuhan Konsumen	83
Gambar 4.22 Diagram Persepsi Responden Atas Kemampuan Berkomunikasi Petugas	84
Gambar 4.23 Diagram Persepsi Responden Atas Kecepatan Kasir	85
Gambar 4.24 Diagram Persepsi Responden Atas Kesigapan Petugas	86
Gambar 4.25 Diagram Tingkat Pembelian	87
Gambar 4.26 Kurva Wilayah Penerimaan Hipótesis Pengaruh Harga Terhadap Tingkat Pembelian	96
Gambar 4.27 Kurva Wilayah Penerimaan Hipótesis Pengaruh Pelayanan Terhadap Tingkat Pembelian	100
Gambar 4.28 Kurva Wilayah Penerimaan Hipótesis Pengaruh Harga Dan Pelayanan Terhadap Tingkat Pembelian	104

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1-5	Contoh Formulir Pengajuan Kuesioner	114
Lampiran 6-7	Tabulasi Hasil Jawaban Kuesioner Untuk Harga.....	119
Lampiran 8-9	Tabulasi Hasil Jawaban Kuesioner Untuk Pelayanan.....	121
Lampiran 10-11	Tabulasi Hasil Jawaban Kuesioner Tingkat Pembelian	123
Lampiran 12	Tabulasi Uji Validasi Untuk Variable Harga	125
Lampiran 13	Tabulasi Uji Validasi Untuk Variable Pelayanan	126
Lampiran 14	Tabulasi Uji Validasi Untuk Variable Tingkat Pembelian	127
Lampiran 15-17	Data Uji Reliabiliti Untuk Variabel Harga	128
Lampiran 18-20	Data Uji Reliabiliti Untuk Variable Pelayanan	131
Lampiran 21	Tabel Nilai-Nilai <i>r Product Moment</i>	134
Lampiran 22	Tabel <i>Distribusi t</i>	135
Lampiran 23	Tabel <i>Critical Values of F</i>	136
Lampiran 24-26	Frequencies of Variabel Harga	137
Lampiran 27-29	Frequencies of Variabel Pelayanan	140
Lampiran 30	Frequencies of Tingkat Pembelian	143
Lampiran 31	Nonparametric Correlations	144
Lampiran 32	Regression. Tingkat Pembelian Dengan Harga	145
Lampiran 33	Regression. Tingkat Pembelian Dengan Pelayanan	146
Lampiran 34	Regression. Tingkat Pembelian Dengan Harga Dan Pelayanan.....	147