



**PENGARUH BRAND IMAGE DAN KUALITAS
JASA PELAYANAN PENGIRIMAN BARANG
IMPORT TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN
PADA PT.DHL DANZAS OCEAN JAKARTA**



TESIS

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

MERCU BUANA

Oleh

SULISNO

1310311-032

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
2006**

PENGESAHAN TESIS

**Judul : Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Jasa Pelayanan
Pengiriman Barang Import Terhadap Keputusan
Konsumen Pada PT.DHL DANZAS OCEAN JAKARTA**

Nama : Sulisno

NIM : 1310311-032

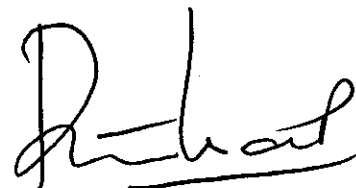
Program: Pascasarjana Program Magister Manajemen

Tanggal : November 2006


Mengesahkan

Direktur Program Magister Manajemen
Ir. Dana Santoso, M.Eng.Sc., Ph.D.

Pembimbing Utama


Dr.Ir. Mustika. S Purwanegara, MSc

KATA PENGANTAR

Tesis ini ditulis dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Magister bidang Ilmu Manajemen. Tesis ini diharapkan dapat bermanfaat bagi para pembaca baik yang berada di lingkungan perusahaan dan masyarakat pada umumnya.

Dengan terselenggaranya penyusunan tesis ini terlebih dahulu penulis mengucapkan terima kasih dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karuniaNya yang telah di limpahkan kepada penulis sehingga selesainya tesis ini, selain dari pada itu penulis tidak lupa juga mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dr.Ir. Mustika.S Purwanegara, MSc. Selaku Pembimbing Utama penulisan Thesis
2. Seluruh Dosen pengajar Program Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana
3. Rekan-rekan kuliah S2 Universitas Mercu Buana, Pasca Sarjana
4. Kepada yang telah memberikan dukungan moril maupun materiil selama penulis melaksanakan perkuliahan dari mulai awal sampai dengan selesai]
5. Penulis menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari kesempurnaan, untuk itu saran dan kritikan dari pembaca sangat membantu dalam penyempurnaan tesis ini. Meskipun jauh dari sempurna mudah-mudahan tesis ini dapat bermanfaat bagi para pembaca yang berminat mempelajarinya

Jakarta, November 2006

DAFTAR ISI

	HALAMAN
JUDUL	
ABSTRAKSI	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian	3
1.3.1 Tujuan Penelitian	
1.3.2 Manfaat Penelitian	4
 BAB II STUDI PUSTAKA	
2.1. Pengertian Freight Forwarding	5
2.2. Pengertian Manajemen Pemasaran	9
2.2.1. Pengertian Marketing Mix	10
2.2.2. Fungsi Pemasaran	11
2.2.3. Pengertian Penjualan	12
2.2.4. Jenis Jenis Kegiatan Pemasaran	14
2.3. Pengertian Brand Image	17
2.3.1. Unsur-Unsur Brand Image (Merek)	18
2.3.2. Asosiasi Brand	19

2.3.3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Yang harus terkandung di dalam merek	22
2.4. Pengertian Kaulitasjasa	23
2.4.1. Kualitas Pelayanan	28
2.4.2. Mengelola Kualitas Jasa	30
2.4.3. Tipe kualitas	32
2.4.4. Dimensi Kualitas Jasa	33
2.5. Pengertian Kputusan Konsumen	35
2.5.1. Jenis Jenis Kelompok Konsumen	36
2.5.2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen Dalam mengambil Keputusan Konsumen	37
2.5.3. Proses Pengambilan Keputusan	39
2.5.4. Tipe Pengambilan Keputusan	39
2.5.5. Langka-langkah Keputusan Kosnsumen	42
2.5.6. Model Pengambilan Keputusan	42
2.6. Kerangka Berfikir	51

BAB III OBYEK DAN METODE PENELITIAN

3.1. Obyek Penelitian	53
3.2. Metode Pengumpulan Data	54
3.3. Operasional Variabel	57
3.4. Metode Analisis	58

BAB IV PEMBAHASAN

4.1.	Deskripsi Obyek Penelitian	63
4.2.	Profil Responden	64
4.3.	Brand Image	70
4.3.1.	Brand Association	72
4.3.2.	Image DHL Danzas Dalam Pengiriman Barang Impor	73
4.4.	Persepsi Konsumen Terhadap kualitas Layanan Pengiriman Barang Import	74
4.5.	Keputusan Konsumen dalam Penggunaan jasa pengiriman	79
4.6.	Pengaruh Brand Image dan Kualitas Terhadap Keputusan Konsumen	80
4.6.1	Hasil Analisa Korelasi	82
4.6.2.	Hasil Analisa Regresi	84

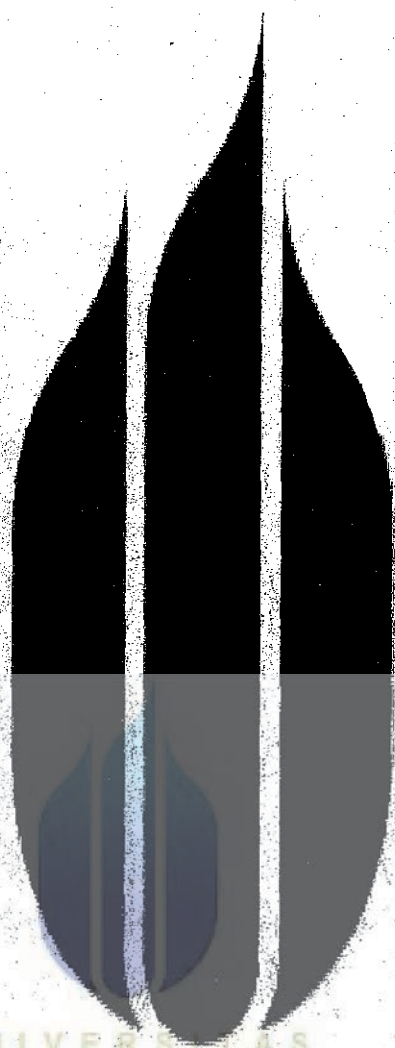
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1.	Kesimpulan	85
5.2.	Saran-Saran	86

Daftar Pustaka

Daftar Riwayat Hidup

Lampiran-Lampiran



UNIVERSITAS

MERCU BUANA

UNIVERSITAS

MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Proses Evaluasi Alternatif Berdasarkan Model Pengambilan Keputusan	47
Tabel 3.1	Tabel Schedule Penelitian	53
Tabel 3.2	Operasional Variabel	57
Tabel 4.1	Profil Responden	65
Tabel 4.2	Penggunaan Jasa Impor Pada DHL Danzas	66
Tabel 4.3	Pertimbangan Responden Dalam Penggunaan Jasa Impor DHL Danzas	68
Tabel 4.4	Responden Berdasarkan Keinginan Untuk Menggunakan Jasa Impor Perusahaan Lain	68
Tabel 4.5	Pernyataan Kesetujuan Terhadap Image Yang Diinginkan Konsumen	70
Tabel 4.6	Nilai Statistik Tentang Kesetujuan Responden Atas Image Yang Diinginkan	71
Tabel 4.7.	Jumlah Skor Jawaban Responden Tentang Kualitas	74
Tabel 4.8.	Nilai Statistik Tentang Kesetujuan Responden Atas Kualitas	75
Tabel 4.9	Tanggapan Kosnsumen Tentang Persepsi Kualitas Layanan DHL Danzas	76
Tabel 4.10.	Jumlah Skor Jawaban Responden Tentang Keputusan Konsumen	79

Tabel 4.11.	Nilai Statistik Tentang Kesetujuan Responden Atas Keputusan Konsumen	79
Tabel 4.12.	Variabel Indikator	80
Tabel 4.13	Descriptive Statistics	82
Tabel 4.14	Correlations	82
Tabel 4.15	Variables Entered/Removed (B)	83



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Persepsi Terhadap Kualitas jasa	34
Gambar 2.2	Langkah-langkah Keputusan Konsumen	42
Gambar 4.1	Acosiasi DHL Danzas Yang Terekam Dibenak Konsumen	72
Gambar 4.2	Image DHL Danzas Dalam Pengiriman Barang Impor	73



DAFTAR LAMPIRAN

- I. t-Tabel
- II. Lembar Kuisioner
- III. Regression SPSS.13
- IV. Lembar Kerja
- V. Strukstur Organisasi

