



**PENGARUH HARGA, KUALITAS JASA DAN BRAND IMAGE
TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MENGGUNAKAN JASA
PROGRAM TRAINING PADA PELANGGAN PT. PROSPERO
MANDIRI INDONESIA**

TESIS

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Oleh:

MASHURI

NIM : 55112120009

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
2017**



**PENGARUH HARGA, KUALITAS JASA DAN BRAND IMAGE
TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MENGGUNAKAN JASA
PROGRAM TRAINING PADA PELANGGAN PT. PROSPERO
MANDIRI INDONESIA**

TESIS

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

MERCU BUANA

Oleh:

MASHURI

NIM : 55112120009

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
2017**

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Harga, Kualitas Jasa dan Brand Image Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Program Training (Studi Kasus Pada Pelanggan di PT Prospero Mandiri Indonesia)

Bentuk Tesis : Penelitian

Nama : Mashuri

Nim : 55112120009

Program : Magister Manajemen


Tanggal : 03 Agustus 2017


Pembimbing Utama


UNIVERSITAS
MERCUBUANA
(Dr. Mirza, MM)

Mengesahkan
Ketua Program Studi Magister Manajemen

Mengetahui
Direktur Program Pascasarjana


(Dr. Aty Herawati, M.Si)


(Prof. Dr. Didik J. Rachbini)

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

Judul : Pengaruh Harga, Kualitas Jasa dan Brand Image Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Program Training (Studi Kasus Pada Pelanggan di PT Prospero Mandiri Indonesia)

Bentuk Tesis : Penelitian

Nama : Mashuri

Nim : 55112120009

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 03 Agustus 2017

Merupakan hasil studi sebagai karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Program Studi Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana.

Tesis 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, 03 Agustus 2017

METERAI
TEMPEL
EFC66AEF612501667
6000
ENAM RIBU RUPIAH
(Mashuri)



KATA PENGANTAR

Penulis mengucapkan syukur kepada Allah SWT atas karunia dan berkat yang telah dilimpahkan-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan tesis dengan judul **“PENGARUH HARGA, KUALITAS JASA DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MENGGUNAKAN JASA PROGRAM TRAINING (STUDI KASUS PADA PELANGGAN DI PT PROSPERO MANDIRI INDONESIA)”**. Penulisan tesis ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagian dari persyaratan-persyaratan guna memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Pasca Sarjana Universitas Mercubuana Jakarta.

Penulis menyadari bahwa baik dalam pengungkapan, penyajian dan pemilihan kata-kata maupun pembahasan materi tesis ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu dengan penuh kerendahan hati penulis mengharapkan saran, kritik dan segala bentuk pengarahan dari semua pihak untuk perbaikan tesis ini.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan tesis ini, khususnya kepada:

1. Ibu Dr. Aty Herawati, M.Si, selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercubuana, atas kepemimpinannya yang bijaksana yang menjadikan Program Pasca Sarjana Magister Manajemen Universitas Mercubuana sebagai areal akademik yang mampu menciptakan lulusan yang mempunyai pola pikir strategik.
2. Ibu Dr. Mirza, MM selaku dosen pembimbing utama yang telah mencurahkan perhatian dan tenaga serta dorongan kepada penulis hingga selesainya tesis ini.
3. Bapak Dr. Adi Nurmahdi, MBA dan Bapak Dudi Permana, MM., Ph.D selaku dosen penguji dan pimpinan sidang yang telah meluangkan waktunya dalam menguji dan membimbing dalam revisi tesis ini
4. Para staff pengajar Program Pasca Sarjana Magister Manajemen Universitas Mercubuana yang telah memberikan ilmu manajemen melalui suatu kegiatan belajar mengajar dengan dasar pemikiran analitis dan pengetahuan yang lebih baik.
5. Para staff administrasi Program Pasca Sarjana Magister Manajemen Universitas Mercubuana yang telah banyak membantu dan mempermudah penulis dalam

menyelesaikan studi di Program Pasca Sarjana Magister Manajemen Universitas Mercubuana.

6. Kedua orang tua, bapak Siang Syamsu dan ibu H. Rasidah mendoakan dan memberikan motivasi dalam penyelesaian tesis ini.
7. Untuk teman hidup, Ns. Salwa, S.Kep yang selalu mensupport saya dalam dukungan maupun doa, sehingga penulis memiliki motivasi dalam penyelesaian tesis ini.
8. Untuk sahabat, Feri F. Martian, Michael Lusikoy, Nurul Huda Triwijanarko dan teman-teman yang sudah membantu saya dalam dukungan maupun doa, sehingga penulis memiliki motivasi dalam penyelesaian tesis ini.

Hanya doa dan ucapan syukur yang dapat penulis panjatkan semoga Allah SWT berkenan membalas semua kebaikan Bapak, Ibu, Saudara/Saudari dan teman-teman sekalian. Akhir kata, semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi pihak yang berkepentingan.



Jakarta, 03 Agustus 2017

UNIVERSITAS
MERCUBUANA

Mashuri

DAFTAR ISI

	Halaman
COVER	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
ABSTRAKSI	iii
KATA PENGANTAR	vi
.....	
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	14
1.3 Rumusan Masalah	15
1.4 Tujuan Penelitian	15
1.5 Manfaat Penelitian	15
BAB II OBYEK PENELITIAN	
2.1 Profile Perusahaan	17
2.2 Visi dan Misi	18
2.2.1 Visi	18
2.2.2 Misi	18
2.3 Integrating Strategy, Process and People	18
2.4 Sumber Daya	20
2.4.1 Pendekatan Training	22

2.4.2	Methoda Training	23
2.4.3	Manfaat Training	23
2.5	Tantangan Bisnis Perusahaan	23
2.6	Lingkup Bisnis Perusahaan	26
2.7	Proses Bisnis Training Prospero Management.....	28

BAB III KAJIAN TEORITIS

3.1	Pengertian Jasa	30
3.2	Keputusan Pembelian	34
3.3	Harga/Biaya	38
3.4	Kualitas Jasa	40
3.4.1	Instruktur.....	43
3.4.2	Materi/Bahan Ajar	44
3.4.1.1	Karakteristik Materi/Bahan Ajar	45
3.4.1.2	Jenis – Jenis Materi	45
3.5	Brand Image	48
3.6	Kajian Penelitian Terdahulu	53
3.7	Kerangka Pemikiran	56
3.7.1	Pengaruh variabel harga terhadap keputusan konsumen	56
3.7.2	Pengaruh kualitas jasa terhadap keputusan konsumen .	56
3.7.3	Pengaruh brand image terhadap keputusan konsumen.	57
3.8	Kerangka Pemikiran	58
3.9	Hipotesis	59
3.10	Definisi Operasional Variabel dan Indikator.....	59

BAB IV METODE PENELITIAN

4.1	Jenis Desain Penelitian	63
4.2	Ruang Lingkup	63
4.3	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	63

4.4	Populasi dan Sampel Penelitian.....	65
4.5	Jenis dan Sumber Data	65
4.6	Teknik Pengumpulan Data	66
4.7	Teknik Analisis Data	66
4.7.1	Uji Reliabilitas dan Validitas.....	66
4.7.2	Analisis regresi linier berganda	67
4.7.3	Uji Asumsi Klasik	70
4.8	Rancangan Uji Hipotesis	73

BAB V HASIL DAN ANALISA PENELITIAN

5.1	Analisa Deskriptif.....	42
5.1.1	Gambaran Umum Responden Penelitian.....	42
5.1.2	Data Demografi Responden.....	42
5.2	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	74
5.2.1	Uji Validitas.....	74
5.2.2	Uji Reliabilitas	75
5.3	Uji Linieritas dan Uji Asumsi Klasik	76
5.3.1	Uji Normalitas.....	76
5.3.2	Uji Autokorelasi.....	77
5.3.3	Uji Heteroskedastisitas	78
5.3.4	Uji Multikolinearitas.....	79
5.4	Analisis Regresi Berganda	80
5.4.1	Pengaruh Harga terhadap Keputusan Konsumen.....	80
5.4.2	Pengaruh Kualitas Jasa terhadap Keputusan Konsumen	81
5.4.3	Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Konsumen	82
5.5	Pengaruh Harga, Kualitas Jasa dan Brand Image terhadap Keputusan Konsumen.....	82
5.5.1	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	82

5.5.2 Uji Signifikasi Simultan (Uji Statistik F)	83
5.6 Analisa Antar Dimensi	84
5.7 Analisa Pengujian Hipotesis	85
5.7.1 Hipotesis 1	85
5.7.2 Hipotesis 2	86
5.7.3 Hipotesis 3	86
5.7.4 Hipotesis 4	86
5.8 Pembahasan	87
5.8.1 Pengaruh harga dengan keputusan konsumen	87
5.8.2 Pengaruh kualitas jasa dengan keputusan konsumen ...	87
5.8.3 Pengaruh brand image dengan keputusan konsumen ...	87
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1 Kesimpulan	89
6.2 Saran	90
DAFTAR PUSTAKA	92

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Konsultan Lokal di Indonesia	3
Tabel 1.2 Data Konsultan Asing di Indonesia	4
Tabel 1.3 Target dan Realisasi Program Training Prospero Management Tahun 2015	7
Tabel 1.4 Data Biaya Program Training di Jakarta.....	8
Tabel 1.5 Data Training yang digunakan Customer	9
Tabel 1.6 Data Testimoni.....	9
Tabel 1.7 Data Interaksi dengan Customer.....	11
Tabel 1.8 Data Customer dari tahun 2013-2016	12
Tabel 1.9 Hasil Pra Survei	13
Tabel 3.1 Hasil Penelitian Terdahulu Dalam Setiap Variabel Yang di Teliti	53
Tabel 4.1 Variabel dan Definisi Operasional Variabel	64
Tabel 5.1 Jenis Kelamin Responden.....	75
Tabel 5.2 Usia Responden	76
Tabel 5.3 Pendidikan Responden.....	76
Tabel 5.4 Uji Validitas.....	77
Tabel 5.5 Uji Reliabilitas.....	79
Tabel 5.6 Uji Normalitas.....	80
Tabel 5.7 Uji Durbin-Watson	81
Tabel 5.8 Hasil uji multikolinearitas.....	82
Tabel 5.9 Hasil Output Regresi Linier Berganda.....	83
Tabel 5.10 Hasil Output Model Summary	85
Tabel 5.11 Hasil Output ANOVA	86
Tabel 5.12 Data Korelasi Dimensi antar Variabel	87

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1	Stuktur Organisasi 20
Gambar 2.2	Step Pendekatan Program Training 22
Gambar 2.3	Flowchart Eksekusi Program Training 28
Gambar 3.1	Karakteristik pelayanan 31
Gambar 3.2	Konsep Pemasaran Jasa 31
Gambar 3.3	Model Perilaku Pengambilan Keputusan Konsumen 36
Gambar 3.4	Kerangka Pemikiran Teoritis 58
Gambar 3.5	Dimensi Keputusan Pembelian 60
Gambar 3.6	Dimensi Harga 60
Gambar 3.7	Kualitas Jasa 61
Gambar 3.8	Brand Image 62
Gambar 5.1	Hasil Uji Normalitas 79
Gambar 5.2	Hasil Pengujian Durbin Watson 81
Gambar 5.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas 82

UNIVERSITAS
MERCU BUANA