



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KETERSEDIAAN
PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN IMPLIKASINYA
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN**

UNIVERSITAS
TESIS
MERCU BUANA

Reza Manti Sawirudin
55113120090

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2016**



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KETERSEDIAAN
PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN IMPLIKASINYA
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN**

TESIS

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

**Reza Manti Sawirudin
55113120090**

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2016**

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Kualitas Produk, Ketersediaan Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian dan Implikasinya terhadap Loyalitas Pelanggan.

Bentuk Tesis : Penelitian

Nama : Reza Manti Sawirudin

NIM : 55113120090

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 6 Desember 2016

Mengesahkan

Pembimbing



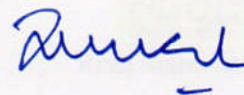
(Ir. Har Adi Basri, M.Ec., Ph.D.)

Direktur Program Pascasarjana

Ketua Program Studi Magister Manajemen



(Prof. Dr. Didik J. Rachbini)



(Dr. Augustina Kumiasih, ME)

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dsengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

Judul : Pengaruh Kualitas Produk, Ketersediaan Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian dan Implikasinya terhadap Loyalitas Pelanggan.

Bentuk Tesis : Penelitian

Nama : Reza Manti Sawirudin

NIM : 55113120090

Program : Magister Manajemen

Tanggal :

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang distetapkan sengan 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 digunaka, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.



KATA PENGANTAR

Segala Puji dan Syukur kehadirat Allah SWT atas berkat rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal tesis yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Ketersediaan Produk dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian dan Implikasinya Terhadap Loyalitas Pelanggan”. Shalawat beserta salam semoga Allah SWT limpahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW, para sahabat dan para pengikutnya.

Proposal tesis ini ditulis dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada program Studi Magister Manajemen di Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta. Penulis menyadari proposal tesis dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis menyampaikan terimakasih kepada semua pihak yang secara langsung dan tidak langsung memberikan kontribusi dalam penyelesaian penelitian ini :

1. Bapak Ir. Har Adi Basri, M.Ec., Ph.D selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis dalam penyusunan tesis ini.

2. Bapak Muchsin Saggaff Shihab, MBA., Ph.D. dan Ibu Dr. Augustina Kurniasih, ME. selaku penguji Tesis yang telah memberi saran dan masukan atas penyusunan Tesis ini.
3. Ibu Dr. Augustina Kurniasih, ME selaku ketua Program Magister Manajemen Universitas Mercu Buana beserta seluruh staf administrasi Prodi Magister Manajemen yang telah membantu hingga terselesainya perkuliahan S2 Magister Manajemen.
4. Bapak-Ibu Dosen Pengajar Magister Manajemen Universitas Mercu Buana kels Menteng, Jakarta.

Akhirnya penulis mengucapkan terimakasih kepada orang tua yang dengan penuh kasih sayang dan kesabarannya mendorong penulis untuk menyelesaikan karya ilmiah ini. Kiranya hasil penulisan ini dapat memberi sumbangsih dalam masalah pengembangan pasar Insektisida di Indonesia.

U N I V E R S I T A S
M E R C U B U A N A

DAFTAR ISI

ABSTRACT	hal i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah	7
1.3. Rumusan Masalah	8
1.4. Maksud dan Tujuan Tesis.....	9
1.5. Manfaat dan Kegunaan Tesis	10
BAB II DESKRIPSI PERUSAHAAN	11
2.1. Sejarah Singkat PT Fumakilla Indonesia	11
2.2. Lingkup Bidang Usaha	12
2.3. Lokasi Perusahaan.....	14
2.4. Filosofi, Misi, Visi dan Slogan PT Fumakilla Indonesia.....	14
2.5. Tantangan Bisnis PT Fumakilla Indonesia.....	16
2.6. Strategi PT Fumakilla Indonesia.....	17

BAB III	KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS...	19
	3.1. Kualitas Produk.....	19
	3.2. Ketersediaan Produk.....	24
	3.3. Persepsi Harga.....	30
	3.4. Keputusan Pembelian.....	32
	3.5. Loyalitas Pelanggan.....	37
	3.6. Penelitian Terdahulu.....	42
	3.7. Kerangka Pemikiran.....	44
	3.8. Hipotesis Penelitian.....	46
BAB IV	METODE PENELITIAN.....	48
	4.1. Jenis Desain Penelitian.....	48
	4.2. Variabel Penelitian.....	48
	4.3. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	50
	4.4. Populasi dan Sampel Penelitian.....	55
	4.5. Jenis dan Sumber Data.....	58
	4.6. Teknik Pengumpulan Data.....	59
	4.7. Metode Analisis Data.....	60
	4.8. Uji Instrumen.....	62
	4.9. Uji Asumsi Klasik.....	63
	4.10. Pengujian Persamaan Regresi.....	67
	4.11. Matriks Korelasi Antar Dimensi.....	69
BAB V	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	72
	5.1. Karakteristik Responden.	72

5.2. Hasil Uji Validitas.....	73
5.3. Hasil Uji Reliabilitas.....	75
5.4. Hasil Asumsi Klasik.....	76
5.5. Interpretasi Hasil.....	79
5.5.1. Hasil Uji Analisis Jalur Model 1.....	79
5.5.2. Hasil Uji Analisis Jalur Model 2.....	83
5.6. Hasil Uji Analisis Jalur Model 1 dan 2.....	86
5.7. Matriks Korelasi Antar Dimensi.....	89
5.8. Pembahasan.....	92
5.8.1. Analisis Jalur Model 1.....	92
5.8.2. Analisis Jalur Model 2.....	95
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	100
6.1. Kesimpulan.....	100
6.2. Saran	104
DAFTAR PUSTAKA	110
LAMPIRAN.....	114
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	150

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.	Data Perbandingan Harga Dengan Cara Pakai Produk OPV.....	3
Tabel 1.2.	Data Ketersediaan Produk OPV Carrefour 2014 - 2015	4
Tabel 1.3.	Data Pre Survei Produk One Push Vape.....	5
Tabel 1.4.	Data Loyalitas Pelanggan OPV 2015.....	6
Tabel 3.1.	Penelitian Terdahulu.....	43
Tabel 4.1.	Definisi Operasional.....	51
Tabel 4.2.	Pengaruh Langsung, Tidak Langsung dan Pengaruh Total.....	69
Tabel 4.3.	Matriks Korelasi Antar Dimensi Variabel Independen dan Dependen.....	70
Tabel 4.4.	Pedoman Interpretasi Koefesien Korelasi.....	71
Tabel 5.1.	Karakteristik Responden.....	72
Tabel 5.2.	Hasil Pengujian Validitas.....	74
Tabel 5.3.	Hasil Pengujian Reliabilitas.....	76
Tabel 5.4.	Uji Multikolinieritas Model 1 dan Model 2.....	80
Tabel 5.5.	Uji f, Keofesien Determinasi dan Uji t Jalur model 1.....	80
Tabel 5.6.	Uji f, Keofesien Determinasi dan Uji t Jalur model 2.....	83
Tabel 5.7.	Pengaruh Langsung, Tidak Langsung dan Pengaruh Total.....	88
Tabel 5.8.	Matriks Korelasi Antar Dimensi.....	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.	Data Keampuhan OPV	2
Gambar 1.2.	Penjualan One Push 2013 – 2015.....	5
Gambar 3.1.	Kerangka Pemikiran.....	45
Gambar 4.1.	Penjualan Outlet One Push 2015.....	56
Gambar 5.1.	Hasil Pengujian Normalitas Model 1.....	77
Gambar 5.2.	Hasil Pengujian Normalitas Model 1.....	77
Gambar 5.3.	Uji Heteroskedastisitas Model 1.....	79
Gambar 5.4.	Uji Heteroskedastisitas Model 2.....	79
Gambar 5.5.	Kausal Empiris Antar Jalur Model 1 dan Model 2.....	88

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Responden.....	114
Lampiran 2 Data Uji Validitas.....	120
Lampiran 3 Data Uji Reliabilitas.....	125
Lampiran 4 Data Uji Normalitas.....	126
Lampiran 5 Data Uji Multikolinieritas.....	132
Lampiran 6 Data Uji Heteroskedastisitas.....	133
Lampiran 7 Data Uji f, Koefisien Determinasi (R^2) dan Uji t Jalur Model 1....	135
Lampiran 8 Data Uji f, Koefisien Determinasi (R^2) dan Uji t Jalur Model 2....	137
Lampiran 8 Data Matriks Korelasi Antar Dimensi.....	138

UNIVERSITAS
MERCU BUANA