



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN
LAYANAN PURNA JUAL TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN SUZUKI SWIFT
(Studi Kasus pada Konsumen di DKI Jakarta)**



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**Christiyana
55114120157**

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



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN LAYANAN
PURNA JUAL TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN SUZUKI SWIFT
(Studi Kasus pada Konsumen di DKI Jakarta)**



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

**Christiyana
55114120157**

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

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Layanan Purna Jual terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Konsumen di DKI Jakarta).

Bentuk Proposal : Kajian Masalah Perusahaan

Nama : Christiyana

NIM : 55114120157

Program : Pascasarjana Magister Manajemen

Tanggal : 28 DESEMBER 2017

Mengesahkan

Pembimbing Utama



(Dr. Enda Marina, M.Sc.)

Pembimbing II



(Dr. Ir. Augustina Kurniasih, M.E.)

Direktur Program Pascasarjana



(Prof. Dr. Didik J. Rachbini)

Ketua Program Studi Magister Manajemen



(Dr. Aty Herawati, M.Si)

LEMBAR PERNYATAAN

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

Judul : Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Layanan Purna Jual terhadap Kepuasan Konsumen. (Studi Kasus pada Konsumen di DKI Jakarta)

Bentuk Proposal : Kajian Masalah Perusahaan

Nama : Christiyana

NIM : 55114120157

Program : Pascasarjana Magister Manajemen

Tanggal : 23 November 2017

Merupakan hasil penelitian 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 pengolahan data yang disajikan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 23 November 2017



Christiyana

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa serta atas segala rahmat dan karunia-Nya pada penulis, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tesis yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Layanan Purna Jual terhadap Kepuasan Konsumen, Studi Kasus pada Konsumen di DKI Jakarta.

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 bahwa Tesis ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis menyampaikan terima kasih kepada pihak yang secara langsung dan tidak langsung memberikan kontribusi dalam penyelesaian proposal ini. Secara khusus pada kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih kepada : Dr. Enda Marina, M.Sc. selaku pembimbing utama dan Dr. Ir. Augustina Kurniasih, M.E, sebagai pembimbing kedua yang telah membimbing dan mengarahkan penulis selama penyusunan Tesis ini dari awal hingga Tesis ini dapat diselesaikan. Selain itu, terima kasih kepada Dr. Mudji Sabar, SE., M. Si selaku penguji pada seminar proposal.

Demikian juga penulis menyampaikan terima kasih kepada seluruh dosen dan staf administrasi Program Studi Magister Manajemen, termasuk rekan-rekan mahasiswa kelas 403 yang telah memberikan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis ini. Terima kasih atas segala dukungan dan toleransi dari atasan dan dorongan semangat dari seluruh rekan *Field Marketing Representative* Japan Tobacco International Indonesia DSO 1. Terakhir, penulis mengucapkan terimakasih sedalam-dalamnya kepada kedua orang tua, Herna, genk di Cempaka Putih, Sun & Eko fam's, Ocha yang dengan penuh kasih sayang dan kesabarannya mendorong dan membantu penulis untuk menyelesaikan Tesis ini. Kiranya hasil penulisan ini dapat memberi sumbangsih dalam meningkatkan kualitas pelayanan dalam bisnis otomotif.

Jakarta, November 2017

Penulis

DAFTAR ISI

<i>ABSTRACT</i>	i
ABSTRAK.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi, Perumusan, dan Batasan Masalah.....	14
1.2.1. Identifikasi Masalah.....	14
1.2.2. Rumusan Masalah.....	15
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian.....	15
1.3.1. Maksud Penelitian.....	15
1.3.2. Tujuan Penelitian.....	15
1.4. Manfaat dan Kegunaan Penelitian.....	15
1.4.1. Manfaat Penelitian.....	16
1.4.2. Kegunaan Penelitian.....	17

BAB II DESKRIPSI PERUSAHAAN

2.1. Sejarah Singkat Perusahaan.....	18
2.2. Lingkup Bidang Usaha.....	21
2.3. Sumber Daya.....	22
2.4. Tantangan Bisnis di Perusahaan.....	25
2.5. Proses Bisnis di Perusahaan.....	28

BAB III KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN

HIPOTESIS

3.1. Teori.....	31
3.1.1. Konsep Pemasaran Otomotif.....	31
3.1.2. Konsep <i>Market Driven Strategy</i>	32
3.1.3. Kualitas Produk.....	35
3.1.4. Harga.....	38
3.1.5. Layanan Purna Jual.....	39
3.1.6. Kepuasan Konsumen.....	41
3.2. Penelitian Terdahulu.....	43
3.3. Kerangka Pemikiran.....	45
3.4. Hipotesis.....	46
3.4.1. Hubungan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.....	46
3.4.2. Hubungan antara harga terhadap kepuasan konsumen.....	46
3.4.3. Hubungan antara layanan purna jual terhadap kepuasan konsumen.....	47
3.4.4. Hubungan antara kualitas produk, harga dan layanan purna jual terhadap kepuasan konsumen.....	47

BAB IV METODE PENELITIAN

4.1 Desain Penelitian.....	49
4.2 Variabel Penelitian.....	49
4.2.1. Variabel Bebas (<i>Independent</i>).....	49
4.2.2. Variabel Terikat (<i>Dependent</i>).....	51
4.2.3. Definisi Operasional Variabel.....	52
4.3. Data dan Metode Pengumpulan Data.....	54
4.3.1. Jenis dan Sumber Data.....	54
4.3.2. Teknik Pengumpulan Data.....	55
4.4. Populasi dan Metode Sampling.....	57
4.4.1 Populasi Penelitian.....	57
4.4.2. Sampel Penelitian.....	57
4.5 Teknik Analisis Data.....	59
4.5.1 Instrumen Penelitian.....	59
4.5.2 Statistik Deskriptif.....	60
4.5.3 Statistik Inferensial.....	61
4.6. Analisis Regresi Linier Berganda.....	63
4.6.1. Uji Model Regresi.....	64
4.6.2. Uji Pengaruh Variabel Bebas.....	65
4.6.3. Analisis Korelasi Dimensi.....	68

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1 Karakteristik Responden.....	70
5.2. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	73

5.2.1. Hasil Uji Validitas.....	73
5.2.2. Hasil Uji Reliabilitas.....	75
5.3. Analisis Deskriptif Variabel.....	76
5.4. Hasil Instrumen Penelitian.....	79
5.4.1. Uji Asumsi Klasik.....	79
5.5. Hasil Pengujian Hipotesis.....	82
5.6. Korelasi Antar Dimensi.....	86
5.7. Pembahasan Hasil Penelitian.....	88
 BAB VI KESIMPULAN	
6.1. Kesimpulan.....	90
6.2. Saran Berdasarkan Hasil Penelitian.....	91
6.2.1. Bagi Perusahaan (PT Suzuki Indomobil Motor).....	91
6.2.2. Bagi Peneliti Selanjutnya.....	92
6.3. Saran Penerapan <i>Market Driven</i> dan <i>Marketing Mix</i>	92
6.3.1. Penerapan <i>Market Driven Strategy</i> di PT Suzuki Indomobil Motor....	92
6.3.2. Strategi PT Suzuki Indomobil Motor dengan Menerapkan <i>Marketing Mix</i>	96
6.3.3. Strategi PT Suzuki Indomobil Motor Menghadapi Tantangan Bisnis..	99
 DAFTAR PUSTAKA.....	 100
LAMPIRAN.....	109
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	131

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Data Penjualan Industri Otomotif Indonesia (%).....	3
Tabel 1.2. Merek Kendaraan Roda Empat Di Pasar Indonesia Tahun 2013.....	5
Tabel 1.3. Data <i>Market Share</i> Suzuki Indonesia.....	7
Tabel 1.4. Data Penjualan Kendaraan Roda Empat (Unit).....	9
Tabel 1.5. Perbandingan dan Keunggulan.....	10
Tabel 1.6. TOP <i>Brand Index</i> (%).....	11
Tabel 1.7. Data Tingkat Kepuasan Konsumen.....	12
Tabel 1.8. Tabel Pra Survey.....	12
Tabel 3.1. Penelitian Terdahulu Internasional.....	43
Tabel 3.2. Penelitian Terdahulu Nasional.....	44
Tabel 4.1. Variabel Operasional.....	52
Tabel 4.2. Matriks Korelasi Antar Dimensi.....	68
Tabel 4.3. Interpretasi Nilai Korelasi Dimensi.....	69
Tabel 5.1. Karakteristik Responden.....	73
Tabel 5.2. Hasil Pengujian Validitas.....	74
Tabel 5.3. Hasil Pengujian Reliabilitas.....	75
Tabel 5.4. Tanggapan Responden.....	78
Tabel 5. 5. Hasil Uji Multikolinearitas.....	81
Tabel 5. 6. Hasil Pengujian Model.....	83
Tabel 5. 7. Korelasi antar Dimensi.....	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Grafik Penjualan Kendaraan Roda Empat Nasional Tahun 2010 – 2015.....	2
Gambar 1.2. Grafik Tingkat Penjualan Kendaraan <i>Hatchback</i> Nasional Tahun 2010 – 2015.....	4
Gambar 1.3. <i>Market Share</i> Berbagai Merek Mobil di Indonesia Tahun 2016.....	5
Gambar 1.4. Jumlah Penjualan Mobil Suzuki <i>Year to Year</i>	6
Gambar 1.5. <i>Market Share</i> Mobil Suzuki <i>Year to Year</i>	6
Gambar 1.6. Penjualan Suzuki Swift tahun 2015.....	8
Gambar 1.7. Penjualan Suzuki Swift Tahun 2016.....	8
Gambar 2.1. Struktur Suzuki Indonesia.....	20
Gambar 2.2. Struktur Organisasi Suzuki Indonesia.....	24
Gambar 2.3. Strategi Suzuki.....	30
Gambar 3.1. Kerangka Pemikiran Teoritis.....	45
Gambar 5.1. Hasil Uji Normalitas.....	80
Gambar 5.2. Hasil Uji Heterokedastisitas.....	82

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.1. Kuesioner <i>pra survey</i>	109
Lampiran 1.2. Hasil <i>pra survey</i>	110
Lampiran 1.3. Kuesioner Penelitian.....	111
Lampiran 1.4. Hasil dan Data Kuesioner.....	115
Lampiran 1.5. Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	126
Lampiran 1.6. Hasil Pengujian Asumsi Klasik.....	128
Lampiran 1.7. Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda.....	131

