



**PENGARUH *PRICE*, *BRAND IMAGE*, DAN *TIME PRESSURE* TERHADAP *PURCHASE DECISION* DAN *CUSTOMER SATISFACTION* (Studi Kasus pada Penumpang Terminal 3 Keberangkatan Bandara International Soekarno Hatta)**

**TESIS**

**MUHAMAD SEPTIAN RANGGA PUTRA**  
**55117110151**

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

**2020**



**PENGARUH *PRICE, BRAND IMAGE, DAN TIME PRESSURE* TERHADAP *PURCHASE DECISION* DAN *CUSTOMER SATISFACTION* (Studi Kasus pada Penumpang Terminal 3 Keberangkatan Bandara International Soekarno Hatta)**

**TESIS**

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

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**  
**MUHAMAD SEPTIAN RANGGA PUTRA**  
**55117110151**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
PROGRAM PASCASARJANA UNIVERSITAS  
MERCU BUANA  
2020**

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul : **PENGARUH *PRICE, BRAND IMAGE, DAN TIME PRESSURE* TERHADAP *PURCHASE DECISION* DAN *CUSTOMER SATISFACTION* (STUDI KASUS PADA PENUMPANG TERMINAL 3 KEBERANGKATAN BANDARA INTERNASIONAL SOEKARNO HATTA**

Bentuk Tesis : Penelitian

Nama : Muhamad Septian Rangga Putra

NIM : 55117110151

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 19 September 2020

Mengesahkan  
Pembimbing  
UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



(Dr. Sri Hartono, MM)

Direktur Program Pascasarjana



(Prof. Dr. – Ing. Mudrik Alaydrus)

Ketua Program Studi Magister Manajemen



(Dudi Permana, ST., MM, Ph.D)

## PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh:

Nama : Muhamad Septian Rangga Putra

NIM : 55117110151

Program Studi : Magister Pemasaran

dengan judul

“THE INFLUENCE OF PRICE, BRAND IMAGE, AND TIME PRESSURE AGAINST PURCHASE DECISION AND CUSTOMER SATISFACTION (CASE STUDY ON TERMINAL 3 DEPARTURE'S PASSENGER AT SOEKARNO-HATTA INTERNATIONAL AIRPORT)”,

telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 28 Agustus 2020 , didapatkan nilai persentase sebesar 13 %.

Jakarta, 28 Agustus 2020

Administrator Turnitin



Arie Pangudi, A.Md

## LEMBAR PERNYATAAN

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

Judul : **PENGARUH *PRICE, BRAND IMAGE, DAN TIME PRESSURE* TERHADAP *PURCHASE DECISION* DAN *CUSTOMER SATISFACTION* (STUDI KASUS PADA PENUMPANG TERMINAL 3 KEBERANGKATAN BANDARA INTERNASIONAL SOEKARNO HATTA**

Bentuk Tesis : Penelitian

Nama : Muhamad Septian Rangga Putra

NIM : 55117110151


Program : Pascasarjana Program Studi Magister Manajemen

Tanggal : 07 September 2020

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang diterapkan 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, 07 September 2020

 No. 

Muhamad Septian Rangga Putra

## ABSTRACT

*This study aims to determine the effect of price, brand image, time pressure on purchase decisions and their impact on customer satisfaction of Passenger. This type of research used in this study is a explanatory research that aims to analyze the relationships between one variable with another variable. Exogenous variables in this study are price, brand image and time pressure, intervening variables in this study are purchase decisions, while the endogenous variable is customer satisfaction. The population in this study is the passenger who go through Terminal 3 Departure Soekarno-Hatta International Airport with a sample size of 120 respondents. Data analysis techniques in this study used Structural Equation Modeling (SEM) assisted by the Lisrel (Linear Structural Relations) program version 9.20. The results showed that 1) price had a positive and significant influence on purchase decisions, 2) brand image had a positive and significant effect on purchase decisions, 3) brand image had a positive and significant effect on purchase decisions, 4) purchase decisions had a positive and significant effect on customer satisfaction.*

**Keywords:** *Price, Brand Image, Time Pressure, Purchase Decision, Customer Satisfaction.*



## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besar pengaruh *price*, *brand image*, *time pressure* terhadap *purchase decision* serta dampaknya terhadap *customer satisfaction* penumpang Terminal 3 Keberangkatan Bandara Internasional Soekarno-Hatta. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian eksplanatif yang bertujuan menganalisis hubungan-hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya. Variabel eksogen dalam penelitian ini adalah *price*, *brand image*, dan *time pressure*, variabel endogen mediasi dalam penelitian ini adalah *purchase decision*, sedangkan variabel endogennya adalah *customer satisfaction*. Populasi pada penelitian ini adalah penumpang yang melalui terminal 3 keberangkatan Bandara Internasional Soekarno-Hatta dengan jumlah sampel sebesar 120 responden. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan dibantu program Linear Structural Relation (Lisrel) versi 9.2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) *price* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase decision*, 2) *Brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase decision*, 3) *time pressure* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase decision*, 4) *purchase decision* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction*.

**Kata Kunci:** *Price, Brand Image, Time Pressure, Purchase Decision, Customer Satisfaction.*



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur kepada Allah SWT serta atas segala rahmat dan karunia-Nya pada penulis, akhirnya penulis dapat menyelesaikan Tesis yang berjudul “Pengaruh *Price, Brand Image, Dan Time Pressure* Terhadap *Purchase Decision Dan Consumer Satisfaction* ( Studi Kasus Pada Penumpang Terminal 3 Keberangkatan Bandara Internasional Soekarno-Hatta). 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 sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman penyusunan tesis ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Bapak Dr. Sri Hartono, MM., CMA selaku dosen pembimbing tesis yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis ucapkan Puji Syukur atas Rahmat Allah Yang Maha Kuasa yang telah mencurahkan anugerahnya dan ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan tesis ini terutama kepada:

1. Bapak Dr. Sri Hartono, MM., CMA selaku dosen pembimbing.
2. Bapak Prof. Dr. Ngadino Surip MS selaku Rektor Universitas Mercu Buana
3. Bapak Prof. Dr. -Ing Mudrik Alaydrus selaku Direktur Pascasarjana Universitas Mercu Buana beserta segenap jajarannya.
4. Bapak Dudi Permana, ST., MM., Ph. D selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.



5. Para dosen pengajar Magister Manajemen Universitas Mercu Buana yang telah memberikan ilmu dan wawasan baru dan luas.
6. Para Staff Administrasi Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana yang tidak pernah lelah membantu dalam proses penyelesaian administrasi akademik.
7. Kedua orang tua tercinta yang selalu memberikan doa, dukungan moral, dukungan materil, serta memberikan banyak inspirasi yang tiada henti-hentinya kepada penulis. Sehingga penulis mampu menyelesaikan tesis ini tepat waktu.
8. Dena Rahayu, Istri yang senantiasa mendoakan dan mendorong penulis dengan kasih sayang dan kesabaran untuk menyelesaikan tesis ini.
9. Atasan dan Rekan-rekan unit Commercial PT Angkasa Pura II (Persero) yang memberikan dukungan untuk selalu berkembang dan berjuang.
10. Untuk teman-teman Magister Manajemen angkatan 2017 yang telah memberikan dukungan yang sangat luar biasa.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dan kelemahan. Untuk itu saran dan kritik yang konstruktif akan sangat membantu agar proposal tesis ini dapat menjadi lebih baik.

Semoga tesis ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahanhati, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam tesis ini.

**Jakarta, Juli 2020**

**Penulis**

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
SURAT PERNYATAAN SIMILARITY .....	iii
LEMBAR PERNYAAAN .....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	v
ABSTRAK .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
<b>BAB I    PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Identifikasi, Pembatasan dan Perumusan Masalah .....	17
1.3. Manfaat dan Kegunaan Penelitian .....	19
<b>BAB II    KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b>	
2.1. Kajian Pustaka .....	21
2.1.1. Price.....	21
2.1.2. Brand Image .....	24
2.1.3. Time Pressure .....	25
2.1.4. Purchase Decision .....	27
2.1.4. Customer Satisfaction.....	31
2.2. Penelitian Terdahulu .....	34
2.3. Kerangka Pemikiran .....	40
2.4. Hipotesis .....	42

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

3.1. Desain Penelitian .....	44
3.2. Variabel Penelitian.....	44
3.2.1. Definisi Konsep.....	45
3.2.2. Definisi Operasional.....	47
3.3. Populasi dan Sampel .....	48
3.3.1. Populasi.....	48
3.3.2. Sampel.....	49
3.4. Jenis Dan Sumber Data.....	50
3.5. Teknik Pengumpulan data.....	50
3.6. Teknik Analisa Data.....	51
3.6.1. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen .....	51
3.6.2. Analisis <i>Structural Equation Model (SEM)</i> .....	52
3.5.3. Pengujian Hipotesis.....	61

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

4.1. Deskripsi Perusahaan .....	63
4.1.1. Sejarah Perusahaan .....	63
4.1.2. Lingkup dan Bidang Usaha .....	64
4.1.3. Sumber Daya .....	67
4.1.4. Tantangan Bisnis .....	69
4.2. Hasil Penelitian .....	70
4.2.1. Karakteristik Demografis Responden.....	70
4.2.2. Hasil Uji Analisa Deskriptif Hasil Jawaban Kuesioner .....	72
4.2.3. Hasil Uji Kecocokan Model Keseluruhan .....	77
4.2.4. Hasil Uji Model Pengukuran.....	78
4.2.5. Hasil Uji Kecocokan Model Struktural .....	84
4.2.6. Pengujian Hipotesis.....	87

4.3. Pembahasan.....	88
4.3.1. Pengaruh <i>Price</i> Terhadap <i>Purchase Decision</i> .....	88
4.3.2. Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap <i>Purchase Decision</i> ..	88
4.3.3. Pengaruh <i>Time Pressure</i> Terhadap <i>Purchase Decision</i>	89
4.3.4. Pengaruh <i>Purchase Decision</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	90
4.3.5. Implikasi Manajerial.....	91
<b>BAB V    KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1. Kesimpulan .....	94
5.2. Saran .....	94
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	98
<b>LAMPIRAN</b> .....	102



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pertumbuhan Penumpang Terminal 3 Ultimate Tahun 2017.....	6
Gambar 1.2 Jumlah Responden Yang Menempatkan Restoran Pada Urutan Pertama di Bandara Soekarno-Hatta.....	8
Gambar 1.3 Jumlah Responden Yang Menempatkan Minimart Pada Urutan Pertama di Bandara Soekarno-Hatta.....	9
Gambar 1.4 Jumlah Responden Yang Menempatkan Coffee Shop Pada Urutan Pertama di Bandara Soekarno-Hatta.....	10
Gambar 2.1 <i>Travel Stress Curve</i> .....	26
Gambar 2.2 Metode Lima Tahap Proses Pembelian Konsumen.....	27
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran.....	42
Gambar 4.1 Logo Perusahaan.....	68
Gambar 4.2 Struktur Organisasi.....	69
Gambar 4.3 Model Keseluruhan <i>Standardized Solution</i> .....	78
Gambar 4.4 Model Keseluruhan <i>T-Value</i> .....	78
Gambar 4.5 Model Pengukuran <i>Price</i> .....	79
Gambar 4.6 Model Pengukuran <i>Brand Trust</i> .....	80
Gambar 4.7 Model Pengukuran <i>Time Pressure</i> .....	81
Gambar 4.8 Model Pengukuran <i>Purchase Decision</i> .....	82
Gambar 4.9 Model Pengukuran <i>Customer Satisfaction</i> .....	83
Gambar 4.10 Persamaan Struktural.....	85

Gambar 4.11 Model Struktural <i>Standardized Solution</i> .....	85
Gambar 4.12 Model Struktural <i>T-Value</i> .....	85



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Daftar Bandar Udara yang Dikelola oleh Angkasa Pura I dan Angkasa Pura II.....	1
Tabel 1.2	Daftar Bandar Udara Tersibuk di Dunia Tahun 2017.....	3
Tabel 1.3	Daftar Rata-rata Tarif Sewa Ruang di Bandar Udara Soekarno-Hatta.....	4
Tabel 1.4	Data <i>Pre Survey</i> Waktu Yang Dibutuhkan untuk Tiba di Bandara	7
Tabel 1.5	Data Omzet 2019 .....	8
Tabel 1.6	Data Omzet 2019 .....	9
Tabel 1.7	Data Omzet 2019 .....	10
Tabel 1.8	Perbandingan Harga Produk J-Co.....	11
Tabel 1.9	Perbandingan Harga Produk Bakmi GM.....	12
Tabel 1.10	Perbandingan Harga Produk Starbucks .....	13
Tabel 1.11	Perbandingan Harga di Store Indomaret.....	14
Tabel 1.12	Data <i>Pre Survey</i> Pertimbangan Harga saat Belanja di Bandara ....	14
Tabel 1.13	Data <i>Pre Survey</i> Perasaan Terburu-buru di Bandara.....	15
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	34
Tabel 3.1	Variabel Penelitian.....	45
Tabel 3.2	Variabel Operasional Penelitian .....	47
Tabel 3.3	Goodness of Fit Index.....	59
Tabel 4.1	Karakteristik Demografis Responden.....	70

Tabel 4.2	Analisis Deskriptif Variabel <i>Price</i> .....	72
Tabel 4.3	Analisis Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i> .....	73
Tabel 4.4	Analisis Deskriptif Variabel <i>Time Pressure</i> .....	74
Tabel 4.5	Analisis Deskriptif Variabel <i>Purchase Decision</i> .....	75
Tabel 4.6	Analisis Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i> .....	76
Tabel 4.7	Hasil Uji Kecocokan Model Penelitian .....	77
Tabel 4.8	Reliabilitas dan Validitas Konstruk <i>Price</i> .....	80
Tabel 4.9	Reliabilitas dan Validitas Konstruk <i>Brand Image</i> .....	81
Tabel 4.10	Reliabilitas dan Validitas Konstruk <i>Customer Satisfaction</i> .....	82
Tabel 4.11	Reliabilitas dan Validitas Konstruk <i>Purchase Decision</i> .....	83
Tabel 4.12	Reliabilitas dan Validitas Konstruk <i>Customer Satisfaction</i> .....	84
Tabel 4.13	Perhitungan Uji Hipotesis .....	88





## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Hasil Pengecekan <i>Similarity</i> dengan Sistem Turnitin .....	102
Lampiran 2. <i>Certificate</i> atau LoA dari <i>Publisher</i> .....	103
Lampiran 3. Surat Tugas Dosen Pembimbing.....	105
Lampiran 4. Kuesioner Penelitian.....	106
Lampiran 5. Data Sebaran Kuesioner .....	110
Lampiran 6. Hasil Pengolahan data menggunakan Lisrel 8.8.....	114

