



**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PELAYANAN, DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA
DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH TANGERANG**



UNIVERSITAS
MERCU BUANA
MULKY FAUZAN
NIM : 55112120135

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



**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PELAYANAN, DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA
DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH TANGERANG**



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

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**MULKY FAUZAN
NIM : 55112120135**

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

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of brand image, service quality, and perceived price and its implication towards student satisfaction in Universitas Muhammadiyah Tangerang (UMT). This research is quantitative in nature. Both primary and secondary data were obtained from various source such as journals. Primary data were gathered using questionnaire which were distributed to the target respondent. The population consists of active students from Faculty of Engineering and Faculty of Economy actively studying in 2017 using a purposive sampling. Total sample of 100 students were obtained. Data were analyzed using SPSS version 23. The research found that the brand image, service quality and perceived price are affecting students satisfaction of Universitas Muhammadiyah Tangerang. Researcher suggests UMT to improve their brand image, also to improve administration services and lecturer quality. In addition UMT shall adjust their tuition costing structure to win the competition in pricing.

Keywords : Brand Image, Customer Satisfaction, Marketing management services, Perceived Price, Service Quality.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Citra Merek, Kualitas Layanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Tangerang (UMT). Penelitian bersifat kuantitatif dan bersifat explanatory, sedangkan teknik pengumpulan data berdasarkan kuesioner dan dokumen. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa dari fakultas teknik dan fakultas ekonomi yang aktif berkuliah pada tahun 2017. Metode pengambilan sample menggunakan metode nonprobability sampling dan teknik pengambilan sampel dengan menggunakan purposive sampling. Penentuan ukuran sampel menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10% berjumlah 100 mahasiswa yang diambil sebagai responden. Data yang terkumpul dianalisa menggunakan SPSS versi 23. Hasil penelitian ditemukan bahwa Citra Merek, Kualitas Layanan dan Persepsi Harga secara signifikan berpengaruh terhadap Kepuasan Mahasiswa di UMT. Peneliti menyarankan UMT perlu meningkatkan citra merek, dan juga melakukan peningkatan di kualitas staf administrasi dan pengajar. Selain itu UMT perlu meninjau kembali biaya perkuliahan yang dikenakan ke mahasiswa agar dapat meningkatkan daya saing.

Kata kunci : Citra Merek, Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan, Manajemen Pemasaran Jasa, Persepsi Harga.

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan dan Persepsi
Harga terhadap Kepuasan Mahasiswa di Universitas
Muhammadiyah Tangerang

Bentuk Tesis : Penelitian / Kajian

Nama : Mulky Fauzan

NIM : 55112120135

Program : Pasca Sarjana Magister Manajemen

Tanggal :

Mengesahkan

Pembimbing Utama



(Dr. Mudji Sabar, MBA)

Direktur Program Pascasarjana

Ketua Program Studi Magister Manajemen



(Prof. Dr. Didik J. Rachbini)



(Dr. Aty Herawati, M.Si)

PERNYATAAN

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

Judul : Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Tangerang

Bentuk Tesis : Penelitian / Kajian

Nama : Mulky Fauzan

NIM : 55112120135

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 31 Agustus 2017

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya 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, 31 Agustus 2017



KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kehadiran Tuhan YME yang telah memberikan rahmat-Nya berupa kekuatan dan ketekunan sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini sebagai salah satu proses untuk memperoleh gelar kesarjanaan Strata Dua (S2) Magister Manajemen di Universitas Mercu Buana, Jakarta.

Tesis ini penulis susun berlatar belakang fenomena yang terjadi pada Universitas Muhammadiyah Tangerang. Fenomena yang penulis maksud adalah rendahnya kepuasan para mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Tangerang. Berangkat dari fenomena yang terjadi ini maka penulis menyusun tesis ini berdasarkan teori dan pengetahuan yang telah penulis peroleh semasa perkuliahan di Program Studi Magister Manajemen Program Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana. Sesuai dengan isinya, maka penulis memberikan judul “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Tangerang”.

Penulis sendiri sangat menyadari bahwa dengan adanya keterbatasan pengetahuan, pengalaman, dan kemampuan dari penulis maka tesis ini mungkin saja masih jauh dari kata sempurna baik dari segi penulisan maupun kualitas isinya. Namun penulis sangat yakin bahwa para pembaca yang kritis dan memberikan masukan akan membuat penulis dapat terus menyempurnakan tesis ini sampai akhirnya menjadi tesis yang bermutu dan bermanfaat.

Tidak ketinggalan juga penulis ingin menyampaikan ungkapan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan andil baik secara langsung maupun

tidak langsung dalam proses penyelesaian tesis ini. Pihak-pihak tersebut yang penulis maksud adalah sebagai berikut:

1. Bapak Dr. Mudji Sabar, selaku Dosen Pembimbing untuk karya akhir ini yang dengan tulus ikhlas dan penuh perhatian kepada penulis, memberikan dukungan, bimbingan dan pengarahan.
2. Ibu Dr. Aty Herawati, M.Si., selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana, Jakarta.
3. Seluruh Dosen dan Staff PKK Universitas Mercu Buana, Jakarta yang telah membekali berbagai pengetahuan dan juga memberikan dukungan serta bantuan kepada penulis.
4. Para responden yang telah bersedia untuk mengisi lembaran kuesioner yang penulis sebarakan.
5. Kepada kedua orang tua dan saudara-saudara penulis yang tercinta yang telah memberikan doa dan dorongan.
6. Rekan-rekan mahasiswa lintas kelas dan lintas angkatan yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu, yang telah memberikan semangat, dukungan dan dorongan sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini.

Semoga mereka yang telah memberikan bantuan dan bimbingan kepada penulis mendapat balasan yang setimpal dari-Nya, dan semoga nantinya hasil akhir tesis ini mempunyai arti dan manfaat bagi para pembaca.

Penulis memohon maaf jika terdapat kesalahan dalam penulisan tesis ini.
Penulis sangat terbuka terhadap kritik dan saran, demi perbaikan dan kemajuan dunia akademik.

Jakarta, Agustus 2017

Penulis,

Mulky Fauzan
(55112120135)



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	23
1.3 Rumusan Masalah	24
1.4 Batasan Masalah	24
1.5 Tujuan Penelitian	24
1.6 Manfaat Penelitian	25
BAB 2 DESKRIPSI PERUSAHAAN	26
2.1 Sejarah Singkat Universitas Muhammadiyah Tangerang.....	26
2.2 Visi dan Misi UMT	29
2.3 Tujuan UMT	29
2.4 Struktur Organisasi	30
2.5 Program Studi dan Jumlah Mahasiswa	32
2.6 Kerjasama - kerjasama	34
2.7 Tantangan Bisnis UMT	35

	2.8 Strategi Proses Bisnis UMT	36
BAB III	KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	37
	3.1 Citra Merek	38
	3.2 Kualitas Pelayanan	41
	3.3 Persepsi Harga	45
	3.4 Kepuasan Pelanggan	49
	3.2 Penelitian Terdahulu	53
	3.3 Kerangka Pemikiran.....	58
	3.4 Hipotesis	60
BAB IV	METODE PENELITIAN	61
	4.1 Jenis / Desain Penelitian.....	61
	4.2 Variabel Penelitian	61
	4.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	62
	4.4 Jenis dan Sumber Data	64
	4.5 Teknik Pengumpulan Data	65
	4.6 Populasi dan Sampel Penelitian.....	66
	4.7 Metode Analisis Data	67
BAB V	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	77
	5.1 Gambaran Umum Responden	77
	5.2 Hasil Pengujian Instrumen Penelitian	78
	5.3 Uji Asumsi Klasik	85
	5.4 Deskripsi Variabel Penelitian	89
	5.5 Hasil Pengujian Koefisien Korelasi (r)	94
	5.6 Koefisien Regresi	98
BAB VI	KESIMPULAN DAN SARAN	110
	6.1 Kesimpulan.....	110

6.2 Saran.....	111
DAFTAR PUSTAKA	114
LAMPIRAN.....	120
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	152



DAFTAR TABEL

Tabel	1.1	Market Share UMT dari tahun ke tahun	3
Tabel	1.2	Performa Penjualan UMT dari tahun ke tahun.....	4
Tabel	1.3	Jumlah Lulusan UMT dari tahun ke tahun	4
Tabel	1.4	Ringkasan peringkat universitas ternama di daerah Tangerang atau yang memiliki kampus jauh di Tangerang	6
Tabel	1.5	Berita UMT terkait kepuasan Mahasiswa terhadap fasilitas yang mereka dapatkan	18
Tabel	1.6	Hasil Prestudy berkaitan dengan kualitas pelayanan	20
Tabel	1.7	Hasil Prestudy berkaitan dengan persepsi harga	21
Tabel	1.8	Hasil Prestudy berkaitan dengan kepuasan mahasiswa secara umum	22
Tabel	2.1	Daftar program studi dan jumlah mahasiswa UMT.....	32
Tabel	2.2	SWOT Analysis UMT	35
Tabel	3.1	Matriks Daftar Penelitian Terdahulu	53
Tabel	4.1	Operasionalisasi Variabel Penelitian	62
Tabel	4.2	Matriks Korelasi Antar Dimensi.....	75
Tabel	4.3	Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi	76
Tabel	5.1	Deskripsi Responden	77
Tabel	5.2	Uji Validitas Butir Pernyataan Citra Merek	79
Tabel	5.3	Uji Reliabilitas Butir Pernyataan Citra Merek	80
Tabel	5.4	Uji Validitas Butir Pernyataan Kualitas Pelayanan	81
Tabel	5.5	Uji Reliabilitas Butir Pernyataan Kualitas Pelayanan	82
Tabel	5.6	Uji Validitas Butir Pernyataan Persepsi Harga	83
Tabel	5.7	Uji Reliabilitas Butir Pernyataan Persepsi Harga	83
Tabel	5.8	Uji Validitas Butir Pernyataan Kepuasan Mahasiswa	84
Tabel	5.9	Uji Reliabilitas Butir Pernyataan Kepuasan Mahasiswa	85

Tabel	5.10	Uji Kolmogorov Smirnov	87
Tabel	5.11	Uji Multikolinieritas	88
Tabel	5.12	Analisis Variabel Citra Merek (X1)	90
Tabel	5.13	Analisis Variabel Kualitas Pelayanan (X2)	91
Tabel	5.14	Analisis Variabel Persepsi Harga (X3)	92
Tabel	5.15	Analisis Variabel Kepuasan Mahasiswa (Y)	93
Tabel	5.16	Rangkuman Nilai Variabel Penelitian	94
Tabel	5.17	Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi	94
Tabel	5.18	Korelasi Citra Merek Dengan Kepuasan Mahasiswa	95
Tabel	5.19	Korelasi Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Mahasiswa ...	96
Tabel	5.20	Korelasi Persepsi Harga dengan Kepuasan Mahasiswa	97
Tabel	5.21	Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayana dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Mahasiswa di UMT	99
Tabel	5.22	Matriks Korelasi Antar Dimensi	105

DAFTAR GAMBAR

Gambar	1.1	Rincian Nilai UMT di pemeringkatan Kemenristekdikti	8
Gambar	1.2	Indikator dalam penelitian pemeringkatan Kemenristekdikti .	8
Gambar	1.3	Pemeringkatan Webometric untuk Indonesia	14
Gambar	1.4	Tidak ada hasil untuk pencarian "Universitas Muhammadiyah Tangerang" di Webometrics	15
Gambar	1.5	Tidak ada hasil untuk pencarian Universitas Muhammadiyah Tangerang di QS World Universities	16
Gambar	1.6	Daftar Universitas di Indonesia yang terperingkat dalam QS World Universities. Hanya Universitas Muhammadiyah Surakarta, universitas yang terafiliasi dengan Muhammadiyah yang terperingkat disini.	17
Gambar	2.1	Bagan Organisasi Universitas Muhammadiyah Tangerang ...	32
Gambar	2.2	Total Mahasiswa UMT dari tahun ke tahun	35
Gambar	3.1	Model Konseptual Pemrosesan Kognitif dari Informasi Harga	47
Gambar	3.2	Kerangka Pemikiran Penelitian.....	59
Gambar	5.1	Uji Normalitas Data	86
Gambar	5.2	Normal P-P Plot	87
Gambar	5.3	Uji Heteroskedastisitas	88

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuisiner Penelitian.....	120
Lampiran 2	Hasil Penelitian	124
Lampiran 3	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	144

