



**“Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas  
Produk Terhadap Keputusan Pembelian yang  
Berdampak Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi kasus  
PT. Astra Credit Companies)”**



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



**“Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas  
Produk Terhadap Keputusan Pembelian yang  
Berdampak Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi kasus  
PT. Astra Credit Companies)”**

**TESIS**

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

**OLEH**

**AGUNG NUGROHO SAPUTRA**

**(55118110129)**

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN**

**PROGRAM PASCASARJANA**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**2020**

## PENGESAHAN TESIS

Judul : Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian yang Berdampak Terhadap Kepuasan Pelanggan ( Studi kasus PT. Astra Credit Companies)

Nama : AGUNG NUGROHO SAPUTRA

NIM : 55118110129

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 27 Juni 2020



U N I V E R S I T A S  
Prof. Dr. Djumarno, MBA

# MERCU BUANA

Direktur Program Pascasarjana

Ketua Program Studi Magister Manajemen

Prof. Dr. Ing Mudrik Alaydrus

Dudi Permana, ST., MM., Phd., CPM

## **PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK***

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

Nama : Agung Nugroho Saputra  
NIM : 55118110129  
Program : Magister Manajemen  
Studi : Marketing

Dengan judul “(Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian yang Berdampak Terhadap Kepuasan Pelanggan Studi kasus PT. Astra Credit Companies)” telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan system turnitin pada tanggal 12 Januari 2021, didapatkan nilai persentase sebesar 19%.

UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

Jakarta, 12 January 2020

Administrator Turnitin



Arie Pangudi, A.Md

## PERNYATAAN

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

Judul : Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian yang Berdampak Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi kasus PT. Astra Credit Companies)

Bentuk Tesis : Penelitian

Nama : AGUNG NUGROHO SAPUTRA

NIM : 55118110129

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 27 Juni 2020

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Prgram Studi Magister Manajemen Prgram 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,

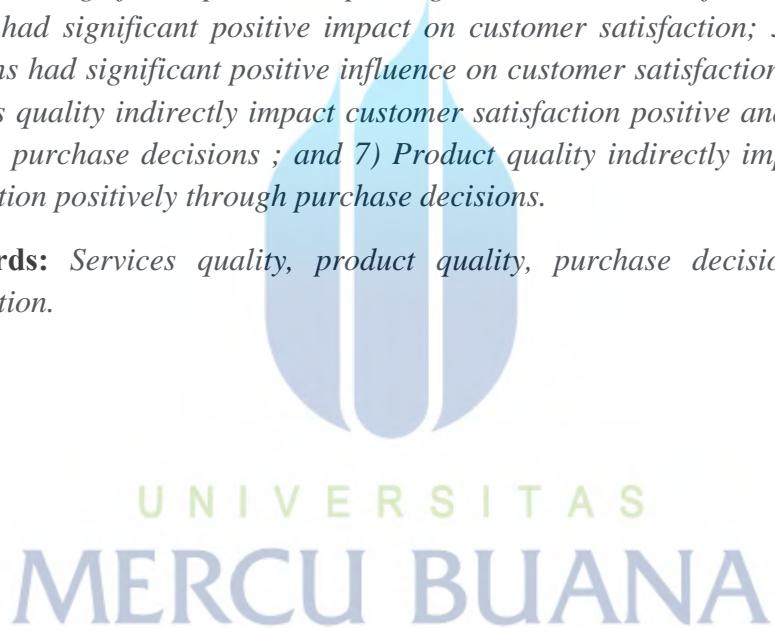


Agung Nugroho Saputra

## ***ABSTRACT***

**Abstract:** This research aims to discovered and analyzed those variables regarding their influence over purchasing decisions such as service quality and product quality variables and their impact towards customer satisfaction. Research population was all regular customers from PT. Astra Credit Companies Bintaro branch office while the sample amounted to 92 respondents (Slovin, 10% error tolerance). Data analysis methods used SmartPLS program which had alternative model of covariance based SEM. The results showed that: 1) Services quality had significant positive impact towards purchase decisions; 2) Product quality had significant positive influence towards purchase decisions; 3) Services quality had significant positive impact against customer satisfaction; 4) Product quality had significant positive impact on customer satisfaction; 5) Purchasing decisions had significant positive influence on customer satisfaction variables; 6) Services quality indirectly impact customer satisfaction positive and significantly through purchase decisions ; and 7) Product quality indirectly impact customer satisfaction positively through purchase decisions.

**Keywords:** Services quality, product quality, purchase decisions, customer satisfaction.



## ABSTRAK

**Abstract:** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian serta dampaknya kepada kepuasan pelanggan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan tetap PT. Astra Credit Companies cabang Bintaro, sedangkan sampel pada penelitian ini berjumlah 92 responden (Slovin, 10% error tolerance). Metode analisis data pada penelitian ini menggunakan program SmartPL yang merupakan model alternatif dari covariance based SEM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Kualitas pelayaan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian; 2) Kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian; 3) Kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan; 4) Kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan; 5) Keputusan pembelian berpengaruh secara positif signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan; 6) Kualitas pelayanan secara tidak langsung memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan melalui kepuasan pembelian; dan 7) Kualitas produk secara tidak langsung memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian.

**Keywords:** Kualitas pelayanan, kualitas produk, keputusan pembelian, kepuasan pelanggan.



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang senantiasa melimpahkan nikmat dan anugerah-Nya kepada penulis sehingga bisa menyusun serta menyelesaikan Tesis ini dengan baik dan tepat waktu. Tesis ini berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian yang Berdampak Terhadap Kepuasan Pelanggan (studi kasus PT. Astra Credit Companies)”. Penulisan tesis ini merupakan salah satu pemenuhan syarat untuk memperoleh gelar Strata-2 Fakultas Pascasarjana Jurusan Magister Manajemen Pemasaran.

Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan kepada penulis secara langsung maupun tidak langsung selama proses penyusunan tesis ini kepada, yaitu:

1. Dudi Permana, ST., MM., Phd., CPM. Selaku Ketua Program Studi Pascasarjana Magister Manajemen.
2. Djumarno, Prof. Dr, MBA selaku Dosen Pembimbing yang telah membantu serta bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan arahan dalam penyusunan proposal tesis ini.
3. Kedua orang tua dan saudara kandung yang turut memberikan dukungan, baik secara moral dan spiritual selama penyusunan dan penyelesaian tesis penulis.
5. Kepada Miffa Fernia, Tika Rizky dan Rifky Fergiansyah yang telah memberikan banyak dukungan dan bantuan selama penulis menyelesaikan tesis ini.
6. Kepada teman-teman kampus Agung, Yuda, Ayu Shintami, Ajeng, Eka, Hilba, Septian, Annisa Nabila lubis Serta teman-teman rekan kerja PT. Astra Credit Companies, Michael, Melvi, Farid, Bani, Nova, Deby, Baron, Reyom, Titin dan Bayu yang telah menyemangati penulis selama menyelesaikan tesis ini.
7. Kepada Heri Rahmanto selaku *Brand Manager* dan Michael Sianpar selaku *Sales Head* PT. Astra Credit Companies yang telah menyediakan waktu untuk memberikan informasi.

8. Terimakasih kepada teman-teman seperjuangan dan *staff* Pascasarjana Magister Manajemen.

Penulis menyadari bahwa penulisan tesis ini tidak luput dari adanya kesalahan dan kekurangan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan adanya masukan serta kritik dari pembaca agar tesis ini bisa menjadi lebih baik lagi. Atas perhatiannya penulis mengucapkan terima kasih.

Jakarta, 3 Oktober 2020

Agung Nugroho Saputra



## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	i
<b>LEMBAR PERNYATAAN <i>SIMILARITY CHECK</i> .....</b>	ii
<b>LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TESIS .....</b>	iii
<b>ABSTRACT .....</b>	iv
<b>ABSTRAK .....</b>	v
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	vi
<b>DAFTAR ISI .....</b>	viii
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	xi
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Identifikasi Masalah Penelitian .....	6
1.3. Rumusan Masalah Penelitian .....	7
1.4. Batasan Masalah Penelitian .....	8
1.5. Tujuan Masalah Penelitian .....	8
1.6. Manfaat Penelitian .....	9
1.6.1. Manfaat Perusahaan .....	9
1.6.2. Manfaat Ilmu Pengetahuan .....	9
1.6.3. Manfaat Peneliti .....	9
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIR, DAN HIPOTESIS</b>	10
2.1. Lembaga Pembiayaan .....	10
2.2. Kajian Pustaka .....	10
2.3. Landasan Teori .....	18
2.3.1. Konsep Kepuasan .....	18
2.3.1.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan .....	18
2.3.1.2. Faktor Yang Menentukan Tingkat Kepuasan .....	21

2.3.1.3. Indikator Kepuasan Pelanggan .....	22
2.3.1.4. Pengukuran Kepuasan .....	23
2.3.2. Konsep Kualitas .....	25
2.3.2.1. Pengertian Kualitas .....	25
2.3.2.2. Kualitas Layanan(Service Quality) .....	25
2.3.2.3. Dimensi Kualitas Layanan .....	26
2.3.3. Kualitas Produk .....	29
2.3.4. Keputusan Pembelian .....	30
2.4. Kerangka Pemikiran .....	32
2.5. Hipotesis .....	33
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	38
3.1. Waktu dan Tempat Penelitian .....	38
3.2. Jenis Desain Penelitian .....	38
3.3. Variabel Penelitian .....	38
3.4. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	39
3.5. Populasi dan Sampel Penelitian .....	43
3.6. Teknik Pengumpulan Data .....	44
3.7. Metode Analisis Data .....	44
3.7.1. Skala Pengukuran Variabel .....	45
3.7.2. Uji Instrumen .....	46
3.7.2. Uji Kualitas Data .....	46
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	49
4.1. Deskripsi Perusahaan .....	49
4.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan .....	49
4.2. Hasil Penelitian .....	50
4.2.1 Analisa Deskripsi Responden.....	51
4.2.2 Analisis Deskriptif Pertanyaan Kuesioner.....	53
4.3. Analisa dan Pembahasan .....	58
4.3.1. Pengujian Model Measurement ( <i>Outer Model</i> ) .....	58
4.3.1.1 Uji Validitas .....	60

4.3.1.2 Uji Reabilitas .....	69
4.3.2. Pengujian Struktural Model ( <i>Inner Model</i> ) .....	71
4.3.2.1 Uji Koefisien Determinasi / R Square ( $R^2$ ) .....	71
4.3.2.2 Memvalidasi Model Struktural secara keseluruhan dengan <i>Goodness on Fit Index</i> (GoF) .....	72
4.3.2.3 Uji Hipotesis .....	73
4.3.3. Pembahasan .....	79
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	85
5.1 Kesimpulan .....	85
5.2. Saran .....	87
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	90
<b>LAMPIRAN</b> .....	94



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Data Peringkat Perusahaan Multifinance di Indonesia .....	2
Tabel 1.2. Perkembangan Jumlah Pelanggan PT. Astra Credit Companies .....	5
Tabel 1.3. Data Pra-survei .....	5
Tabel 2.1. Daftar Penelitian Terdahulu .....	11
Tabel 3.1. Operational Variabel Penelitian .....	36
Tabel 4.1. Deskripsi Karakteristik Responden .....	47
Tabel 4.2. Deskripsi Data Hasil Pertanyaan Kuesioner Variabel Kualitas Pelayanan (X <sub>1</sub> ) .....	50
Tabel 4.3. Deskripsi Data Hasil Pertanyaan Kuesioner Variabel Kualitas Produk (X <sub>2</sub> ) .....	51
Tabel 4.4. Deskripsi Data Hasil Pertanyaan Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	52
Tabel 4.5. Deskripsi Data Hasil Pertanyaan Kuesioner Variabel Kepuasan Pelanggan (Z) .....	53
Tabel 4.6. Nilai <i>Loading Factor</i> dari Variabel Kualitas Pelayanan (X <sub>1</sub> ) .....	57
Tabel 4.7. Nilai <i>Loading Factor</i> dari Variabel Kualitas Produk (X <sub>2</sub> ) .....	59
Tabel 4.8. Nilai <i>Loading Factor</i> dari Variabel Kualitas Keputusan Pembelian (Y) .....	60
Tabel 4.9. Nilai <i>Loading Factor</i> dari Variabel Kepuasan Pelanggan (Z) .....	62
Tabel 4.10. Nilai <i>Cross Loading</i> dari Setiap Variabel dan Konstruk Model Penelitian .....	63
Tabel 4.11. AVE ( <i>Average Variance Extraction</i> ) Model Penelitian .....	64
Tabel 4.12. Nilai <i>Composite Reliability</i> dari Model Penelitian .....	66
Tabel 4.13. Nilai <i>R Square (R<sup>2</sup>)</i> dari Model Penelitian .....	67
Tabel 4.14. Nilai <i>Path Coefficient, t-Statistics dan P-Value</i> .....	70
Tabel 4.15. Nilai <i>Indirect Effect</i> .....	73

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2. Konsep Kepuasan Pelanggan .....	22
Gambar 2.3. Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan .....	29
Gambar 2.4. Model Proses Keputusan Pembelian .....	30
Gambar 2.5. Kerangka Pemikiran Penelitian .....	32
Gambar 4.1. Model Nilai Antar Konstruk dan Dimensi Model Penelitian Kepuasan Pelanggan .....	55
Gambar 4.2. Nilai <i>Loading Factor</i> dari Variabel Kualitas Pelayanan (X <sub>1</sub> ) ...	57
Gambar 4.3. Nilai <i>Loading Factor</i> dari Variabel Kualitas Produk (X <sub>2</sub> ) .....	58
Gambar 4.4. Nilai <i>Loading Factor</i> dari Variabel Keputusan Pembelian (Y) ..	60
Gambar 4.5. Nilai <i>Loading Factor</i> dari Variabel Kepuasan Pelanggan (Z) ...	61
Gambar 4.6. Model Koefisien jalur dan t Statistics Struktural Model Penelitian .....	70



## **DAFTAR LAMPIRAN**

1.KUISIONER PENELITIAN .....	94
2.LAMPIRAN MENGENAI PLS.....	102

