



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS
PELAYANAN DAN *PERSONAL SELLING* TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN SERTA DAMPAKNYA
TERHADAP *WORD OF MOUTH* PELANGGAN PT
SOLUSI BANGUN BETON UNIT BALARAJA**

TESIS

SALOMO ROY FREDDY PAKPAHAN

55118110191

MERCU BUANA

PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN

PROGRAM STUDI PASCA SARJANA

UNIVERSITAS MERCU BUANA

2020



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS
PELAYANAN DAN *PERSONAL SELLING* TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN SERTA DAMPAKNYA
TERHADAP *WORD OF MOUTH* PELANGGAN PT
SOLUSI BANGUN BETON UNIT BALARAJA**

TESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program

Pascasarjana Program Studi Magister Manajemen

UNIVERSITAS

MERCU BUANA

SALOMO ROY FREDDY PAKPAHAN

55118110191

PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN

PROGRAM STUDI PASCA SARJANA

UNIVERSITAS MERCU BUANA

2020

ABSTRACT

This research aims to find out the effect of product quality, service quality and personal selling on customer satisfaction and its impact towards word of mouth communication on PT.Solusi Bangun Beton customers. This research is a quantitative research with the sampling technique used is non random sampling technique. The population level determined in this study consists of customers from PT.Solusi Bangun Beton branch Balaraja who actively transact at least 3 times the period range until 2019. The research data is primary data from questionnaire given to 165 respondents and secondary data from company data. Analysis method of this research is Structural Equation Modelling with software LISREL 8.8. Research result shows that product quality, service quality, and personal selling have a positive and significant effect on customer satisfaction, and customer satisfaction have a positive and significant effect on word of mouth. Product quality, service quality, and personal selling have a positive and significant effect on word of mouth. Product quality is the strongest influence on customer satisfaction. Personal selling is the strongest influence on word of mouth.

Keywords : product quality, service quality, personal selling, customer satisfaction, word of mouth.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

LEMBAR PERNYATAAN

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

Judul : Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan *Personal Selling* terhadap Kepuasan Pelanggan serta dampaknya terhadap *Word of mouth* Pelanggan PT Solusi Bangun Beton

Bentuk Tesis : Penelitian/ Kajian Masalah Perusahaan

Nama : Salomo Roy Freddy Pakpahan

NIM : 55118110191

Program : Magister Manajemen

Tanggal : UNIVERSITAS

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Program Studi Magister Manajemen Program Pascasarjana Mercubuana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program studi sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data dan hasil pengolahan data yang disajikan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta 15 September 2020



Salomo Roy Freddy Pakpahan

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan Karya Ilmiah yang ditulis oleh:

Nama : Salomo Roy Freddy Pakpahan
NIM : 55118110191
Program : Magister Manajemen

dengan judul:

“Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan *Personal Selling* terhadap Kepuasan Pelanggan serta dampaknya terhadap *Word of mouth* Pelanggan PT Solusi Bangun Beton”, telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 18 / Agustus / 2020, didapatkan nilai persentase sebesar 30 %.

Jakarta, 20 September 2020

Administrator Turnitin



Arie Pangudi, A.Md

PENGESAHAN SEMINAR HASIL PENELITIAN TESIS

Judul : Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan *Personal Selling* Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya Terhadap *Word of Mouth* Pelanggan PT Solusi Bangun Beton Cabang Balaraja

Bentuk Tesis : Penelitian masalah perusahaan

Nama : Salomo Roy Freddy Pakpahan

NIM : 55118110199

Program : Magister Manajemen

Tanggal : September 2020

Mengesahkan
Pembimbing



(Dr. Zulfetri, MP, MM)

Direktur Program Pascasarjana

Ketua Program Studi Magister Manajemen



(Prof Dr -Ing. Mudrik Alydrus)



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

KATA PENGANTAR

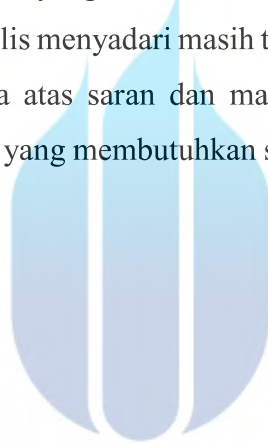
Penulis memanjatkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan karuniaNya sehingga dapat menyelesaikan penyusunan tesis dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, *Personal Selling* terhadap Kepuasan Pelanggan serta Dampaknya terhadap *Word of Mouth* Pelanggan PT Solusi Bangun Beton Cabang Balaraja dengan baik. Tesis ditulis dalam rangka menyusun tugas penelitian ilmiah sebagai persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen di Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari bahwa tesis ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis menyampaikan terimakasih kepada semua pihak atas kontribusi dalam penyelesaian karya ilmiah ini. Berkenan dengan hal tersebut, secara khusus pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ngadino Surip selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Prof. Dr. –Ing. Mudrik Alaydrus selaku Direktur Program Pascasarjana, beserta jajarannya.
3. Dudi Permana, ST, MM, Ph.D selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.
4. Dr. Zulfitri, MP, MM selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis dari awal penyusunan hingga akhirnya tesis ini dapat terselesaikan.
5. Arief Bowo Prayogo Kusumo, SE, MM, Ph.D selaku Ketua Penguji Sidang Universitas Mercubuana.
6. Mas Wahyu Wibowo, MA, Ph.D selaku Penguji Sidang Universitas Mercubuana
7. Direksi dan seluruh karyawan PT Solusi Bangun Beton yang telah memberikan kesempatan dan membantu penulis dalam penulisan tesis ini.

8. Seluruh Dosen Program Magister Manajemen Universitas Mercu Buana, yang telah banyak membantu.
9. Rekan-rekan mahasiswa/i Program Pascasarjana Program Studi Magister Manajemen konsentrasi Marketing yang telah banyak memberikan masukan kepada penulis baik selama dalam mengikuti perkuliahan maupun dalam penulisan tesis ini.

Akhirnya penulis mengucapkan terimakasih kepada orang tua, istri dan keluarga yang dengan penuh kasih sayang dan kesabarannya mendorong penulis untuk menyelesaikan tesis ini. Penulis menyadari masih terdapat kekurangan dalam penulisan tesis ini dan penulis terbuka atas saran dan masukkannya. Semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan serta kiranya Tuhan memberkati kita semua.



penulis

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

<i>ABSTRACT</i>	i
LEMBAR PERNYATAAN.....	ii
PERNYATAAN <i>SIMILARITY CHECK</i>	iii
PENGESAHAN SEMINAR HASIL PENELITIAN TESIS	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xi
LAMPIRAN.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	11
1.3. Rumusan Masalah	12
1.4. Batasan Penelitian	12
1.5. Tujuan Penelitian.....	13
1.6. Kontribusi penelitian	14
BAB II.....	15
KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	15
2.1. Kajian Pustaka.....	15
2.1.1. Manajemen Pemasaran	15
2.1.2. Pemasaran Bisnis ke Bisnis	16
2.1.3. Kepuasan Pelanggan	21
2.1.4. <i>Word of Mouth</i>	26
2.1.5. Kualitas Produk.....	30
2.1.6. Kualitas Pelayanan.....	33
2.1.7. <i>Personal Selling</i>	36

2.2.	Hubungan antar Variabel Penelitian	43
2.2.1.	Hubungan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan	43
2.2.2.	Hubungan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan	44
2.2.3.	Hubungan <i>Personal Selling</i> terhadap Kepuasan Pelanggan	45
2.2.4.	Hubungan Kualitas Produk terhadap <i>Word of Mouth</i>	45
2.2.5.	Hubungan Kualitas Pelayanan terhadap <i>Word of Mouth</i>	46
2.2.6.	Hubungan <i>Personal Selling</i> terhadap <i>Word of Mouth</i>	47
2.2.7.	Hubungan Kepuasan Pelanggan terhadap <i>Word of Mouth</i>	47
2.3.	Kajian Penelitian Terdahulu	48
2.4.	Kerangka Pemikiran	56
2.5.	Hipotesis	56
BAB III		58
METODOLOGI PENELITIAN		58
3.1.	Desain Penelitian	58
3.2.	Variabel Penelitian	58
3.2.1.	Definisi Operasional	59
3.3.	Populasi dan Sampel Penelitian	61
3.3.1.	Populasi	61
3.3.2.	Sampel	61
3.3.3.	Responden	62
3.4.	Metode Pengumpulan Data	62
3.5.	Uji Validitas dan Realibilitas	64
3.6.	Analisis Deskriptif	66
3.7.	Metoda Analisis Data dengan Structural Equation Modeling (SEM)	66
3.8.	Tahap-Tahap Dalam SEM	68
3.9.	Uji Hipotesis	71
BAB IV		72
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		72
4.1.	Deskripsi Perusahaan	72
4.1.1.	Sejarah Singkat Perusahaan	72

4.1.2.	Lingkup dan Bidang Usaha.....	73
4.1.3.	Sumber Daya.....	74
4.1.4.	Tantangan Bisnis.....	76
4.2.	Hasil Penelitian	76
4.2.1.	Uji Kualitas Instrumen Kuesioner	77
4.2.2.	Karakteristik Responden.....	81
4.2.3.	Analisa Deskriptif Hasil Jawaban Kuesioner.....	82
4.2.4.	Uji Validitas dan Reliabilitas	87
4.2.5.	Uji Kecocokan Seluruh Model.....	92
4.2.6.	Uji Kecocokan Model Struktural	93
4.2.7.	Pengujian Hipotesis	96
4.3.	Pembahasan Hasil Penelitian	100
4.4.	Implikasi Hasil Penelitian	101
BAB V	104
KESIMPULAN DAN SARAN	104
5.1.	Kesimpulan.....	104
5.2.	Saran.....	105
5.2.1.	Saran untuk perusahaan	105
5.2.2.	Saran untuk penelitian selanjutnya	106
DAFTAR PUSTAKA	108
LAMPIRAN 1	113
LAMPIRAN 2	117
LAMPIRAN 3	123
LAMPIRAN 4	125
LAMPIRAN 5	134
LAMPIRAN 6	140
LAMPIRAN 7	149
LAMPIRAN 8	166

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Nilai Konstruksi Yang Diselesaikan 2007 - 2017.....	2
Gambar 1.2. Penjualan Beton PT SBB Tahun 2013 -2018.....	4
Gambar 1.3. Jumlah Pelanggan Beton PT SBB..... Tahun 2014-2019.....	4
Gambar 1.4. Pelanggan PT Solusi Bangun Beton, Cabang Balaraja	7
Gambar 2.1. Tahapan proses pembelian bisnis.....	18
Gambar 2.2. Manfaat Kepuasan Pelanggan.....	24
Gambar 2.3. Kerangka Pemikiran.....	57
Gambar 4.2. Diagram Model Pengukuran CFA.....	91
Gambar 4.3. Hasil Estimasi Standardized Coefficient.....	93
Gambar 4.4. Hasil Estimasi t-values.....	94

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Daftar kategori komplek PT Solusi Bangun Beton.....	5
Tabel 1.2. Ringkasan komplain PT Solusi Bangun Beton 2018.....	7
Tabel 1.3. Hasil survei pendahuluan dari pelanggan PT SBB.....	9
Tabel 1.4. Saran dari prasurvei pelanggan PT SBB Cabang Balaraja.....	10
Tabel 2.1. Data Penelitian Terdahulu.....	48
Tabel 3.1. Definisi Operasional.....	59
Tabel 3.3. Alternatif Jawaban Dengan Skala Likert.....	63
Tabel 3.4. Indeks Kelayakan Model (Goodnes of Fit).....	70
Tabel 4.1. Validitas dan reliabilitas instrumen variabel kualitas produk.....	78
Tabel 4.2. Validitas dan reliabilitas instrumen variabel kualitas pelayanan.....	79
Tabel 4.3. Validitas dan reliabilitas instrumen kuesioner variabel personal selling.....	79
Tabel 4.4. Validitas dan reliabilitas instrumen kuesioner kepuasan pelanggan.....	80
Tabel 4.5. Validitas dan reliabilitas instrumen kuesioner word of mouth.....	80
Tabel 4.6. Karakteristik responden.....	81
Tabel 4.7. Data hasil jawaban kuesioner variabel kualitas produk.....	82
Tabel 4.8. Data hasil jawaban kuesioner variabel kualitas pelayanan.....	83
Tabel 4.9. Data hasil jawaban kuesioner variabel personal selling.....	84
Tabel 4.10. Data hasil jawaban kuesioner variabel kepuasan pelanggan.....	85
Tabel 4.11. Data hasil jawaban kuesioner variabel word of mouth.....	86

Tabel 4.12. Uji Validitas dan Reliabilitas konstruk kualitas produk.....	87
Tabel 4.13. Uji Validitas dan Reliabilitas konstruk kualitas pelayanan.....	88
Tabel 4.14. Uji Validitas dan Reliabilitas konstruk personal selling.....	88
Tabel 4.15. Uji Validitas dan Reliabilitas konstruk kepuasan pelanggan.....	89
Tabel 4.16. Uji Validitas dan Reliabilitas konstruk word of mouth.....	89
Tabel 4.17. Uji kecocokan model.....	92
Tabel 4.18. Perhitungan Uji Hipotesis.....	96



LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Pra Penelitian.....	113
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian.....	117
Lampiran 3 Tabulasi Data Jawaban Kuesioner Pilot Test.....	123
Lampiran 4 Uji Validitas dan Relibialitas Pilot Test.....	125
Lampiran 5 Tabulasi Data Kuesioner Penelitian.....	134
Lampiran 6 Uji Validitas dan Relibialitas Penelitian.....	140
Lampiran 7 Data Hasil Analisa LISREL 8.80.....	149
Lampiran 8 Uji Turnitin.....	166

