



**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SERTA IMPLIKASINYA PADA
KEPUASAN KONSUMEN PRODUK POMPA EBARA DI JABODETABEK**

TESIS

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

UNIVERSITAS
ROY HARRY MARTIN SIREGAR
55119310022
MERCU BUANA

PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2021

ABSTRACT

The purpose of these research study is to know how the role of purchase decisions which is mediate, price perception and brand image towards the customer satisfaction for Ebara pump. Where the population of this research is Ebara customer, the sampel is been taken using purposive sampling method , whith criteria the existing Ebara customer or the who have already using Ebara pump, and samples which to be analyzed as many as 135 respondent. And these research method using is causal research which to prove the theory with analyzed quantity approachment. The research method used is causal research to prove the theory with a quantitative analysis approach. Data analysis methods using partial modeling with partial least square are used to determine how much independent variables affect the dependent variables. Research shows that the model influence on purchasing decisions is moderate and on customer satisfaction is strong, predictive capabilities are great, and the model performance between a structural model and a measuring model is fit. Hypothetical tests result in conclusions that there is a variable effect of brand image on purchase decisions, and the price perception affect the decision of the purchase. The brand image and price perception affect the customer's satisfaction.. Indirectly, brand image image and price perception affects customer satisfaction through purchase decisions, through purchase decisions.

Keyword : Purchase Decisions, Customer Satisfaction, Price Perception, Brand Image

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah membuktikan peran keputusan pembelian dalam memediasi pengaruh persepsi harga dan citra merek terhadap kepuasan konsumen pompa Ebara. Penelitian ini mengambil populasi pada konsumen pompa Ebara, adapun penentuan sampel penelitian melalui metode *purposive sampling* dengan kriteria adalah konsumen pompa Ebara atau pernah menggunakan pompa Ebara sebelumnya dan sampel yang dianalisis ialah sejumlah 135 responden. Penelitian ini merupakan penelitian dengan pendekatan kuantitatif Metode analisis data menggunakan SEM PLS melalui program SmartPLS. Hasil penelitian memperlihatkan model pengaruh pada keputusan pembelian adalah moderat dan terhadap kepuasan pelanggan adalah kuat, kapabilitas prediksi adalah besar, dan performa model antara model struktural dengan model pengukuran adalah fit. Hasil uji hipotesis menghasilkan kesimpulan ada pengaruh variabel harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Persepsi Harga dan Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Variabel citra merek dan persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen melalui keputusan pembelian.

Kata kunci : Keputusan Pembelian, Kepuasan Konsumen, Persepsi Harga, Citra Merek, *Partial Least Square*



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : **Pengaruh Persepsi Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Serta Implikasinya Pada Kepuasan Konsumen Produk Pompa Ebara di Jabodetabek**

Bentuk Tesis : Penelitian

Nama : Roy Harry Martin Siregar

NIM : 55119310022

Program : Magister Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

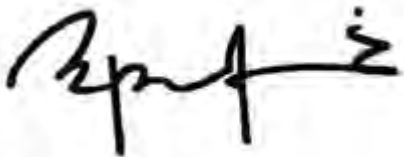
Jakarta, 28 Juli 2021

Disetujui dan diterima oleh,


Pembimbing

UNIVERSITAS
Adi Nurmahdi
MERCUBUANA
(Dr. Adi Nurmahdi, MBA)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Ketua Program Studi Magister Manajemen



(Dr. Erna S. Imaningsih, S.E, M.Si.)



(Dr. Indra Siswanti, SE, MM)

LEMBAR PERNYATAAN HASIL KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini:

Nama : Roy Harry Martin Siregar
NIM : 55119310022
Program Studi : Magister Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Judul Tesis : **Pengaruh Persepsi Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Serta Implikasinya Pada Kepuasan Konsumen Produk Pompa Ebara di Jabodetabek**

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan tesis yang telah saya buat merupakan hasil karya sendiri yang benar akan keasliannya dan merupakan hasil dari studi pustaka yang didampingi oleh dosen pembimbing yang telah ditetapkan keputusannya dari pihak Universitas Mercu Buana. Penulisan tesis ini bukan merupakan hasil plagiarisme atau penjiplakan terhadap karya orang lain, semua informasi, dokumentasi, data dan hasil yang digunakan didapatkan dan dinyatakan dengan jelas sumbernya. Semua informasi dan data yang disajikan dapat diperiksa akan kebenarannya.

Demikian pernyataan yang saya buat ini dalam keadaan sadar dan tidak dipaksakan.

Jakarta, 28 Juli 2021



Roy Harry Martin Siregar

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

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

Nama : Roy Harry Martin Siregar

NIM : 55119310022

Program Studi : MM Marketing

dengan judul

“Pengaruh Persepsi Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Serta Implikasinya Pada Kepuasan Konsumen Produk Pompa Ebara Di Jabodatabek”,

telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 5/7/2021, didapatkan nilai persentase sebesar 28 %.

Jakarta , 5 Juli 2021
Administrator Turnitin



Arie Pangudi, A.Md

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus karena berkat dan kehendak-Nya, penulis akhirnya dapat menyelesaikan penyusunan Tesis yang berjudul “Pengaruh harga dan citra merek terhadap keputusan pembelianserta implikasinya pada kepuasan konsumen produk pompa Ebara di Jabodeatabek”. Tesis ini disusun dalam rangka untuk 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, dengan demikian maka penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang secara langsung dan tidak langsung memberikan kontribusi dalam penyelesaian karya ilmiah ini. Secara khusus pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada Bapak **Dr. Adi Nurmahdi, MBA** sebagai Dosen Pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan penulis selama penyusunan Tesis ini dari awal hingga Tesis ini dapat diselesaikan. Selain itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam menyelesaikan tesis ini :

1. Bapak Prof. Dr. Ngadino Surip, MS selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
3. Ibu Dr. Indra Siswanti, SE, MM selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen.
4. Ibu Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE, M.Si. selaku dosen penguji dari sidang akhir. Terima kasih atas masukan, arahan dan nasihat selama penyusunan Tesis penulis.
5. Bapak Dr. Zulfitri, MP, MM selaku dosen penguji ujian sidang akhir, atas masukan dan kesempurnaan Tesis penulis.

6. Bapak Prof. Dr. Masydzulhak Djamil Mz, SE, MM dan Bapak Dr. Ahmad Badawy Saluy, MM. CHRA selaku dosen telah memberikan ilmu serta arahnya kepada penulis selama penulis berkuliah di Universitas Mercu Buana.
7. Segenap Bapak dan Ibu dosen Magister Manajemen Universitas Mercu Buana yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam memberikan ilmu yang bermanfaat dan berdedikasi tinggi dalam mendidik para calon generasi bangsa.
8. Kepada kedua orang tua saya, anak-anakku , kekasihku: Yulia Henny Dameria yang selalu memotivasi penulis selama berkuliah di Universitas Mercu Buana.
9. Keluarga besar Siregar dan Pasande yang selalu memberikan dukungan selama penulis berkuliah di Universitas Mercu Buana.
10. Rekan seperjuangan Janes Rivai dan Andreas Natanael Simanjuntak yang selalu dari awal berjuang hingga menyelesaikan perkuliahan di Universitas Mercu Buana dengan baik.
11. Rekan pascasarjana Universitas Mercu Buana yang luar biasa baik (Bpk. Dian, Bpk Gunawan, Bpk Pudji, Bpk Harry, Bpk Denny, Bpk Jeffrey, Pak Wisnu, Ryan, Rivandi, dan Rotua) buat dukungan dan motivasi selama penyusunan Tesis ini.
12. Teman-teman pascasarjana Universitas Mercu Buana yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu. Terima kasih atas dukungan kalian selama ini yang mendorong saya menjadi pribadi yang lebih baik..

Akhir kata penulis memohon maaf apabila banyak kekurangan dan tesis ini jauh dari sempurna. Harapan penulis semoga penelitian ini bisa bermanfaat bagi semua pihak.

Jakarta, 28 Juli 2021



Roy Harry Martin Siregar

DAFTAR ISI

<i>ABSTRACT</i>	i
ABSTRAK.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
PERNYATAAN <i>SIMILARITY CHECK</i>	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian.....	10
1.4. Kontribusi Penelitian.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS. ..	12
2.1. Kajian Teori.....	12
2.1.1. Perilaku Konsumen.....	12
2.1.1.1. Definisi Keputusan Pembelian.....	14
2.1.1.2. Definisi Kepuasan Konsumen.....	20
2.1.2. Definisi Manajemen Pemasaran.....	23
2.1.2.1. Definisi Persepsi Harga	24
2.1.2.2. Definisi Citra Merek.....	26
2.2. Penelitian Terdahulu.....	29
2.3. Pengembangan Hipotesis.....	38
2.3.1. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	38
2.3.2. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	38
2.3.3. Pengaruh Keputusan Pembelian Terhadap Kepuasan Konsumen.....	39
2.3.4. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.....	40

2.3.5.	Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen	41
2.3.6.	Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Secara Tidak Langsung Melalui Keputusan Pembelian.....	42
2.3.7.	Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Secara Tidak Langsung Melalui Keputusan Pembelian.....	42
2.4.	Hipotesis Penelitian.....	45
BAB III METODE PENELITIAN 50		
3.1.	Desain Penelitian.....	46
3.1.1.	Waktu dan Tempat Penelitian.....	46
3.2.	Definisi Konsep dan Pengukuran Variabel	47
3.2.1	Definisi Konseptual.....	47
3.2.2	Definisi Operasional.....	48
3.3.	Populasi dan Sampel.....	51
3.3.1.	Populasi.....	51
3.3.2.	Sampel.....	51
3.4.	Metode Pengumpulan Data.....	52
3.5.	Metode Analisis Data.....	53
3.5.1	Uji Statistik Deskriptif.....	54
3.5.2	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	54
3.5.3	Analisis Data Structural Equation Models (SEM) dengan..... pendekatan Partial Least Square (PLS)	56
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		59
4.1.	Gambaran Umum Pompa Ebara.....	59
4.1.1.	Sejarah Berdiri Pompa Ebara	59
4.1.2.	Pihak-pihak yang terlibat dalam kegiatan bisnis pompa Ebara..	60
4.2.	Analisis Data.....	61
4.2.1.	Analisis Deskriptif Responden.....	62
4.2.2.	Analisis Deskriptif Jawaban Responden.....	65
4.2.2.1.	Analisis Jawaban Responden Terhadap Persepsi Harga (X1)...	66
4.2.2.2.	Analisis Jawaban Responden Terhadap Citra Merek (X2).....	67
4.2.2.3.	Analisis Jawaban Responden Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	67

4.2.2.4. Analisis Jawaban Responden Terhadap Kepuasan Konsumen (Z).....	68
4.2.3. Analisis Data....	69
4.2.3.1. Pengujian Model Pengukuran.....	70
4.2.3.2. Pengujian Model Struktural.....	78
4.3. Pembahasan....	84
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	93
5.1. Kesimpulan.....	93
5.2. Saran.....	94
DAFTAR PUSTAKA.....	96
LAMPIRAN.....	101



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Perbandingan Merek Pompa di Indonesia... ..	2
Tabel 1.2	Penjualan Pompa Ebara (2016-2020)	3
Tabel 1.3	Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian... ..	4
Tabel 1.4	Daftar Pertanyaan Prasurvei... ..	6
Tabel 1.5	Hasil Prasurvei... ..	7
Tabel 2.1	Fungsi Merek Bagi Konsumen... ..	28
Tabel 2.2	Penelitian Terdahulu... ..	29
Tabel 3.1	Definisi Konseptual... ..	47
Tabel 3.2	Definisi Operasional... ..	61
Tabel 3.3	Skala Likert.....	53
Tabel 4.1	Karakteristik Jenis Kelamin Responden... ..	62
Tabel 4.2	Karakteristik Umur Responden.....	63
Tabel 4.3	Karakteristik Domisili Responden... ..	63
Tabel 4.4	Karakteristik Status Pernikahan Responden	64
Tabel 4.5	Karakteristik Status Pendidikan Responden	65
Tabel 4.6	Karakteristik Jabatan Responden... ..	66
Tabel 4.7	Analisa Jawaban Responden Terhadap Harga (X1)... ..	64
Tabel 4.8	Analisa Jawaban Responden Terhadap Citra Merek (X2).....	67
Tabel 4.9	Analisa Jawaban Responden Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	68
Tabel 4.10	Analisa Jawaban Responden Terhadap Kepuasan (Z).....	69
Tabel 4.11	Hasil Uji Convergent Validity (Awal).....	71
Tabel 4.12	Hasil Uji Convergent Validity (Modifikasi)... ..	73

Tabel 4.13	Hasil Pengujian Discriminant Validity (Modifikasi).....	75
Tabel 4.14	Hasil Uji Discriminant Validity (Fornel-Locker Criterion).....	77
Tabel 4.15	Hasil Pengujian AVE.....	77
Tabel 4.16	Hasil Uji Composite Reliability dan Cronbach's Alpha.....	78
Tabel 4.17	Hasil Uji R-Square.....	80
Tabel 4.18	Hasil Hipotesis (Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	83



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Grafik Penjualan pompa Ebara periode 2016-2020	3
Gambar 2.1	Tahapan Proses Keputusan Pembelian.....	15
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran.....	44
Gambar 4.1	PT.Ebara Indonesia.....	60
Gambar 4.2	Hasil Uji <i>Convergent Validity</i> (Outer Model Awal).....	71
Gambar 4.3	Hasil Uji <i>Convergent Validity</i> (Outer Model Modifikasi)	73
Gambar 4.4	Hasil Uji <i>Convergent Validitas Diskriminan Heterotrait-Montrait</i> Ratio (HTMT)	76
Gambar 4.6	Hasil uji t-value.....	82

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Formulir Kuesioner Penelitian...	101
Lampiran 2	Hasil Kuesioner Penelitian	105
Lampiran 3	Output SEM Model Pengukuran Awal	108
Lampiran 4	Outer Loadings	113
Lampiran 5	Output SEM Model Pengukuran Perbaikan.....	115
Lampiran 6	<i>R-Square</i>	118
Lampiran 7	<i>Discriminant Validity Fornell-Larcker Criterion</i>	120
Lampiran 8	<i>Discriminant Validity Cross Loadings</i>	122
Lampiran 9	<i>Construct Reliability and Validity</i>	124
Lampiran 10	Hasil Uji Hipotesis Pengaruh Langsung.....	126
Lampiran 11	Hasil Uji Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung.....	128
Lampiran 12	Hasil Uji Hipotesis Total Pengaruh	128
Lampiran 13	Gambar produk pompa Ebara.....	132
Lampiran 14	Hasil Pengecekan similiarity.....	133
Lampiran 15	Curriculum Vitae.....	158