



**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA,
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DALAM
MEMILIH SEPEDA MOTOR HONDA BEAT SERTA
DAMPAKNYA TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN**

TESIS

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

AIRLANGGA BHARATA AJI

55113110283

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCUBUANA
2016**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCA SARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2015**



**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA,
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DALAM
MEMILIH SEPEDA MOTOR HONDA BEAT SERTA
DAMPAKNYA TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN DI PT TDM**

**UNIVERSITAS
TESIS**

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

a world class university

AIRLANGGA BHARATA AJI

55113110283

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCA SARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Kualitas Produk dan Harga, terhadap Keputusan Pembelian sepeda motor Honda Beat serta dampaknya terhadap Kepuasan Pelanggan

Bentuk Tesis : Riset Bisnis / Kajian Masalah Perusahaan

Nama : Airlangga Bharata Aji

NIM : 55113110283

Program : Pascasarjana Program Studi Magister Manajemen

Tanggal : 19 Januari 2017

Mengesahkan


(Dr. Ir. Wilhelmus Hary Susilo, MM, IAI, IMARC)

Direktur Pascasarjana

Ketua Program Studi Magister


(Prof. Dr. Didik J. Rachbini)


(Dr. Aty Herawati, MSI)

PERNYATAAN

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

Judul : Pengaruh Kualitas Produk dan Harga, terhadap Keputusan Pembelian sepeda motor Honda Beat serta dampaknya terhadap Kepuasan Pelanggan

Bentuk Tesis : Riset Bisnis

Nama : Airlangga Bharata Aji

NIM : 55113110283

Program : Pascasarjana Program magister Manajemen

Tanggal : 19 Januari 2017

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan surat Keputusan Program study Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas Mercubuana.

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

Jakarta, 19 Januari 2017



Airlangga Bharata Aji

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur kehadirat Allah SWT serta atas segala rahmat dan karunia-Nya pada penulis, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tesis yang berjudul : Pengaruh Kualitas Produk dan Harga, terhadap Keputusan Pembelian dalam memilih sepeda motor Honda Beat serta dampaknya terhadap Kepuasan Pelanggan

Tesis ini ditulis dalam rangka memenuhi sebagian 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 yang secara langsung dan tidak langsung memberikan kontribusi dalam menyelesaikan karya ilmiah ini. Secara khusus pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr.Ir. Wilhelmus Hary Susilo, MM, IAI, IMARC. selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan penulis selama penyusunan Tesis ini dari awal hingga Tesis ini dapat diselesaikan.
2. Dr. Aty Herawaty, MSi selaku dosen penguji pada pada seminar proposal dan ujian Tesis yang telah memberikan masukan kepada penulis.
3. Dr. Eddy Nugroho, MM selaku Ketua penguji pada ujian Tesis yang telah memberikan masukan kepada penulis.
4. Prof. Dr. Didik J. Rachbini selaku direktur Program Pasca Sarjana, beserta segenap jajarannya.
5. Seluruh dosen dan staf administrasi Prodi Magister Manajemen yang telah membantu penulis pada saat proses perkuliahan.

6. Rekan-rekan MM dari semester 1 sampai 2 di Depok dan rekan semester 2 sampai 3 di kampus Menteng yang selalu memberikan dukungan dan motivasi sehingga dapat terselesaikan Tesis ini
7. Istri, anak-anak, dan keluarga besar tercinta yang selalu memberikan dukungan pada saat proses perkuliahan maupun proses pembuatan Tesis ini.

Dengan Keterbatasan pengalaman, pengetahuan maupun pustaka yang ditinjau, penulis menyadari bahwa Tesis ini masih memiliki banyak kekurangan dan perlu pengembangan lebih lanjut agar benar-benar bermanfaat. Oleh sebab itu, penulis sangat mengharapkan kritik maupun saran agar Tesis ini lebih sempurna serta sebagai masukan untuk penelitian dan karya ilmiah dimasa yang akan datang.

Akhir kata, penulis berharap Tesis ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua terutama pengembangan ilmu pengetahuan.



Jakarta, Januari 2017

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi, Perumusan, dan Batasan Masalah.....	11
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	11
1.2.2 Rumusan Masalah.....	11
1.2.3 Batasan Masalah.....	12
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	12
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat dan Kegunaan Penelitian	13
1.4.1 Manfaat Teoritis	13
1.4.2 Manfaat Praktis.....	13
BAB II. DESKRIPSI PERUSAHAAN	
2.1 Sejarah Perusahaan.....	14
2.1.1 Tunas Dwipa Matra.....	16
2.1.2 Tunas Toyota.....	17
2.1.3 Tunas Daihatsu.....	18
2.1.4 Tunas BMW	19

2.1.5	Tunas Isuzu.....	20
2.1.6	Tunas Peugeot	22
2.1.7	Visi.....	23
2.1.8	Misi.....	23
2.2	Milestone	24
2.3	Lingkup dan Bidang Usaha.....	25
2.4	Sumber Daya	26
2.4.1	Sumber Daya Manusia.....	26
2.4.2	Rekrutmen, Promosi & Pengembangan Kompetensi.....	27
2.5	Tantangan Bisnis.....	30

BAB III. KAJIAN PUSTAKA, PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

3.1	Kualitas Produk.....	32
3.2	Pengertian Harga.....	36
3.2.1	Definisi Harga	36
3.2.2	Dimensi Harga	38
3.2.3	Kebijakan Harga	39
3.2.4	Strategi Penetapan Harga	40
3.3	Pengertian Keputusan Pembelian.....	41
3.3.1	Proses keputusan Pembelian	41
3.3.2	Tahap-tahap dalam keputusan Pembelian	43
3.4	Pengertian Keputusan Pelanggan.....	48
3.4.1	Teori Tentang Keputusan Pelanggan	48
3.4.2	Faktor-faktor yang Menentukan Tingkat Kepuasan.....	51
3.4.3	Mengukur Kepuasan Pelanggan	52

BAB IV. METODE PENELITIAN

4.1	Desain Penelitian	62
-----	-------------------------	----

4.2	Variabel Penelitian.....	63
4.3	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	65
4.4	Jenis Dan Sumber Data.....	68
4.5	Teknik Pengumpulan Data.....	69
4.6	Populasi dan Sampel.....	70
4.6.1	Populasi.....	70
4.6.2	Sampel.....	70
4.7	Teknik dan Analisis Data.....	72
4.7.1	Uji Koefisien Regresi Linear Berganda dan Regresi Sederhana.....	72
4.7.1.1	Uji Koefisien Regresi Linear Berganda	73
4.7.1.2	Uji Koefisien Regresi Sederhana	74
4.7.2	Uji Validitas dan Reliabilitas	74
4.7.2.1	Uji Validitas	75
4.7.2.2	Uji Reliabilitas	75
4.7.3	Uji Asumsi Klasik.....	77
4.7.4	Koefisien Determinasi	80
4.7.5	Uji Hipotesis	80

BAB V. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1	Hasil Penelitian.....	84
5.1.1	Gambaran Umum Responden.....	84
5.1.1.1	Responden Menurut Jenis Kelamin.....	84
5.1.1.2	Responden berdasarkan usia.....	85
5.1.1.3	Responden berdasarkan Tingkat Pendidikan..	
5.2	Hasil Uji Validitas & Reabilitas.....	87
5.2.1	Hasil Uji Validitas.....	87
5.2.2	Hasil Uji Reabilitas.....	89
5.2.3	Analisis Deskriptif Variabel.....	90
5.3	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	92
5.3.1	Hasil Uji Normalitas	92
5.3.2	Hasil Uji Multikolinearitas.....	92

5.3.3	Hasil Uji Heteroskedasitas.....	94
5.4	Matrik Korelasi antar Variabel.....	96
5.4.1	Pengujian Hipotesis Pertama (Uji t)	97
5.4.2	Pengujian Hipotesis Kedua (Uji t)	98
5.4.3	Pengujian Hipotesis Ketiga (Uji F)	99
5.4.4	Koefisien Determinasi	100
5.5	Analisis Regresi Sederhana.....	101
5.5.1.	Pengujian Hipotesis	102
5.5.2.	Koefisien Determinasi.....	103
5.6.	Pengujian Hipotesis	103
5.6.1.	Analisis Uji Dimensi Antar Variabel.....	103
5.6.1.1	Korelasi Dimensi Variabel Kualitas Produk dengan Variabel Keputusan Pembelian.....	105
5.6.1.2	Korelasi Dimensi Variabel Harga dengan Keputusan Pembelian.....	105
5.6.1.3	Korelasi Dimensi Variabel Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan	106
5.6.1.4	Korelasi Dimensi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan	106
5.6.1.5	Korelasi Dimensi Keputusan Pembelian terhadap Kepuasan Pelanggan	106
5.7	Pembahasan Dimensi	107
5.7.1	Kualitas Produk (X1) terhadap Keputusan pembelian (Y1)	107
5.7.2	Harga(X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y1)	108
5.7.3	Kualitas Produk (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Z1)	109
5.7.4	Harga (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Z1)	109

5.7.5 Keputusan Pembelian (Y1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Z1)	109
--	-----

BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan.....	112
6.2 Saran.....	113

DAFTAR PUSTAKA	96
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN	100
-----------------------	------------

DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	121
----------------------------------	------------



UNIVERSITAS
MERCU BUANA
a world class university

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Spesifikasi Honda Beat, Yamaha Mio & Suzuki.....	5
Tabel 1.2 Perbandingan Harga Jual Motor Matic Merek Honda, Yamaha, Suzuki	6
Tabel 1.3 Pangsa Pasar matic Versi TOP Brand Award	7
Tabel 2.1 Demografi Karyawan Tunas Group	27
Tabel 3.1 Penelitian Terdahulu	55
Tabel 4.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian	66
Tabel 4.2 Korelasi antar Variabel	82
Tabel 4.3 Interpretasi matriks korelasi	83
Tabel 5.1 Responden berdasarkan jenis kelamin	85
Tabel 5.2 Responden berdasarkan Usia	85
Tabel 5.3 Responden berdasarkan Tingkat Pendidikan	86
Tabel 5.4 Hasil Uji Validitas	88
Tabel 5.5 Hasil Pengujian Reliabilitas	89
Tabel 5.6 Hasil Uji Multikolinearitas	93
Tabel 5.7 Analisis Regresi Linear Berganda	96
Tabel 5.8 Analisis Regresi Linear Sederhana	101
Tabel 5.9 Uji Dimensi Antar Variabel	105
Tabel 5.10 Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu	111

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Penjualan Sepeda Motor	2
Gambar 1.2 Data Target dan Penjualan Honda Beat di PT TDM	8
Gambar 2.1 Komposisi Penjualan PT Tunas Dwipa Matra	16
Gambar 2.2 Komposisi Penjualan Tunas Toyota	18
Gambar 2.3 Komposisi Penjualan Tunas Daihatsu	19
Gambar 2.4 Komposisi Penjualan Tunas BMW	21
Gambar 2.5 Komposisi Penjualan Tunas Isuzu	22
Gambar 2.6 Komposisi Penjualan Tunas Peugeot	23
Gambar 2.7 Sejarah Perusahaan	24
Gambar 2.8 Ruang Lingkup dan Bidang Usaha	25
Gambar 2.9 Struktur Organisasi	29
Gambar 2.10 Proses Bisnis	31
Gambar 3.1 Tahap Proses Pembelian	43
Gambar 3.2 Kerangka Pemikiran	60
Gambar 5.1 Grafik Plot Heteroskedasitas Dependen Y	95
Gambar 5.2 Grafik Plot Heteroskedasitas Dependen Z	95

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar Kuesioner Penelitian.....	115
Lampiran 2 Tabulasi	120
Lampiran 3 Uji Validitas	130
Lampiran 4 Uji Reliabilitas	135
Lampiran 5 Distribusi Frekuensi Karakteristik Responden.....	139
Lampiran 6 Korelasi	140
Lampiran 7 Hasil Uji Multikolinearitas.....	149

