



**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK,
CITRA MEREK DAN LAYANAN PURNA JUAL
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN
DAMPAKNYA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
SMARTPHONE ASUS**

(Studi Kasus di PT. Datascrip)

TESIS

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**NUR CAHYA
55115120233**

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



**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK,
CITRA MEREK DAN LAYANAN PURNA JUAL
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN
DAMPAKNYA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
SMARTPHONE ASUS**

(Studi Kasus di PT. Datascrip)

TESIS

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

MERCU BUANA

**NUR CAHYA
55115120233**

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

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Citra Merek dan Layanan Purna Jual terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya terhadap Kepuasan Pelanggan Smartphone Asus

Bentuk Tesis : Penelitian/Kajian Masalah Perusahaan

Nama : Nur Cahya

NIM : 55115120233

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Tanggal : Oktober 2017

Mengesahkan
Pembimbing Utama



(Muchsin Saggaff Shihab, M.Sc., MBA., Ph.D.)

Direktur Program Pascasarjana



(Prof. Dr. Didik J. Rachbini)

Ketua Program Studi

Magister Manajemen



(Dr. Aty Herawaty, M.Si)

PERNYATAAN

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

Judul : Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Citra Merek dan Layanan Purna Jual terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya terhadap Kepuasan Pelanggan Smartphone Asus.

Bentuk Tesis : Penelitian/Kajian Masalah Perusahaan

Nama : Nur Cahya

NIM : 55115120233

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Tanggal : 2 Oktober 2017

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri 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, 2 Oktober 2017



KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur kehadiran Tuhan YME serta atas rahmat dan karunia-Nya, akhirnya penulis dapat menyelesaikan Tesis ini sesuai jadwal yang sudah ditentukan. Selesaiannya Tesis ini tidak terlepas dari bantuan, motivasi, bimbingan dan doa dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis menyampaikan rasa hormat dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak **Muchsin Saggaff Shihab, MBA, Ph.D**, sebagai Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikirannya dalam proses penyusunan dan penyelesaian Tesis ini.
2. Bapak **Dr. Kasmir, SE, MM**, selaku ketua sidang tesis, dan Bapak **Ir. Har Adi Basri, MEc, Ph.D**, sebagai penguji tesis yang telah membantu memberikan arahan dan nasihat.
3. Divisi Asus PT. Datascrip yang telah memberikan dukungan penuh dengan menyumbangkan *merchandise* untuk dibagikan kepada responden.
4. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana, Jakarta.

Akhirnya penulis mengucapkan terima kasih kepada keluarga, teman-teman dan berbagai pihak yang telah mendorong penulis untuk menyelesaikan Tesis ini. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan semua pihak yang membutuhkan dalam menambah wawasan dan pengetahuan.

Jakarta, Oktober 2017

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah, Perumusan, dan Batasan Masalah	6
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat dan Kegunaan Penelitian	9
BAB II DESKRIPSI PERUSAHAAN	
2.1. Sejarah Perusahaan	11
2.2. Lingkup dan Bidang Usaha	13
2.3. Sumber Daya	16
2.4. Tantangan Bisnis	19
2.5. Proses/Kegiatan Fungsi Bisnis	19
BAB III KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	
3.1. Kajian Teori	21
3.1.1. Persepsi Harga	21
3.1.2. Kualitas Produk	23
3.1.3. Citra Merek	25
3.1.4. Layanan Purna Jual	28
3.1.5. Keputusan Pembelian	30
3.1.6. Kepuasan Pelanggan	34
3.2. Penelitian Terdahulu	36
3.3. Kerangka Pemikiran	38

3.4. Hipotesis	39
BAB IV METODE PENELITIAN	
4.1. Jenis/Desain Penelitian.....	41
4.2. Variabel Penelitian	41
4.3. Populasi dan Sampel Penelitian.. ..	46
4.4. Jenis dan Sumber Data	47
4.5. Teknik Pengumpulan Data	48
4.6. Teknik Analisis Data	48
4.7. Pengujian Hipotesis.....	51
BAB V HASIL DAN ANALISIS DATA	
5.1. Hasil Penelitian.....	58
5.2. Analisis Data	59
5.3. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	62
5.4. Hasil Uji Hipotesis	65
5.5. Matrix Korelasi.....	72
5.6. Pembahasan Hasil Penelitian.....	76
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1. Kesimpulan.....	82
6.2. Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN	96
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	119

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Market Share Produk Smartphone di Indonesia	2
Tabel 1.2 Kerusakan Produk Smartphone Asus	3
Tabel 1.3 Lama Reparasi Produk Smartphone Asus	3
Tabel 1.4 Jumlah Tiket Keluhan Pelanggan Smartphone Asus 2015	4
Tabel 1.5 Hasil Penelitian Awal	5
Tabel 3.1 Penelitian Terdahulu yang Relevan	36
Tabel 4.1 Variabel dan Definisi Operasional Variabel	44
Tabel 4.2 Skala Penilaian untuk Variabel X dan Y	48
Tabel 4.3 Matrik Korelasi Dimensi Antar Variabel	57
Tabel 5.1 Karakteristik Responden	58
Tabel 5.2 Hasil Uji Validitas	59
Tabel 5.3 Hasil Uji Reliabilitas Indikator Penelitian	61
Tabel 5.4 Uji-t dan Uji-F Jalur Model 1	66
Tabel 5.5 Hasil Analisis Koefisien Determinasi Jalur Model 1	67
Tabel 5.6 Uji-t dan Uji-F Jalur Model 2	68
Tabel 5.7 Hasil Analisis Koefisien Determinasi Jalur Model 2	69
Tabel 5.8 Pengaruh Langsung, Tidak Langsung dan Pengaruh Total	70
Tabel 5.9 Koefisien Korelasi Antar Variabel	73
Tabel 5.10 Matrik Analisis Korelasi Antar Dimensi	74
Tabel 6.1 Saran Jangka Pendek dan Jangka Panjang	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Struktur Organisasi PT. Datascrip	17
Gambar 2.2 Alur Proses Bisnis Distribusi PT. Datascrip	20
Gambar 3.1 Dimensi Citra Merek.....	28
Gambar 3.2 Proses Tahapan Pembelian oleh Konsumen	31
Gambar 3.3 Kerangka Pemikiran.....	39
Gambar 5.1 Hasil Pengujian Normalitas Model 1	62
Gambar 5.2 Hasil Pengujian Normalitas Model 2	63
Gambar 5.3 <i>Scatterplot</i> Uji Heteroskedastisitas Model 1.....	64
Gambar 5.4 <i>Scatterplot</i> Uji Heteroskedastisitas Model 2.....	64
Gambar 5.5 Kausal Empiris Antar Jalur Model 1 dan Model 2	72



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Form Kuesioner	96
Lampiran 2 Uji Validitas dan Reliabilitas	100
Lampiran 3 Rekapitulasi Data	104
Lampiran 4 Pengolahan Data	107
Lampiran 5 Distribusi Frekuensi	110
Lampiran 6 Uji Normalitas	111
Lampiran 7 Uji Heteroskedastisitas	113
Lampiran 8 Korelasi Antar Variabel	114
Lampiran 9 Korelasi Antar Dimensi	115
Lampiran 10 Analisa Jalur	117

