



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS
PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
E-TICKETING TRANSJAKARTA
(STUDI KASUS JAKCARDBANK DKI)**

UNIVERSITAS
TESIS
MERCU BUANA

**ELVI NOVIWAN
5511120043**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2016**



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN
DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN
E-TICKETING TRANSJAKARTA
(STUDI KASUS *JAKCARD* BANK DKI**

TESIS

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

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Oleh

**ELVI NOVIWAN
5511120043**

**UNIVERSITAS MERCUBUANA
PROGRAM PASCA SARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
2016**

ABSTRACT

This study aims to examine and analyze The Effect of Product Quality, Service Quality and Customer Satisfaction Towards Purchase Decision Transjakarta E-Ticketing. The research approach used in this study is a quantitative approach, this type of research is the survey method used is descriptive. The data in this study were collected through questionnaires and interviews. The sampling technique used is the technique of random sampling (random sampling) with the sample are those customers who have used the E-Ticketing transjakarta the number of 100 subscribers. Analysis of the data used in this thesis is a simple linear regression analysis. The results showed the product quality, service quality and customer satisfaction simultaneously positive and significant impact on the purchase decision. This means that the product quality, service quality and customer satisfaction should be considered and enhanced by the company in order to enhance the buying decision.

Keywords: Product Quality, Service Quality, Customer Satisfaction, Purchase Decision



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menguji dan menganalisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian E-Ticketing Transjakarta. Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, jenis penelitiannya adalah survey dengan metode yang digunakan adalah deskriptif. Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui pengisian kuesioner dan wawancara. Teknik sampling yang digunakan adalah teknik sampling random (sampel acak) dengan sampel adalah para pelanggan yang telah menggunakan *E-Ticketing Transjakarta* dengan jumlah 100 orang pelanggan. Analisis data yang digunakan dalam penulisan tesis ini adalah analisis regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan Kualitas produk, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan pelanggan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Artinya Kualitas produk, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan pelanggan harus lebih diperhatikan dan ditingkatkan oleh pihak perusahaan agar bisa meningkatkan Keputusan Pembelian.

Kata kunci : Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Keputusan Pembelian



LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian *E-Ticketing* Transjakarta (Studi Kasus *JakCard* Bank DKI)

Bentuk Tesis : Kajian Masalah Perusahaan

Nama : Elvi Noviawan

Nim : 55111120043

Program : Magister Manajemen

Tanggal :

Pembimbing Utama  Mengesahkan Pembimbing II

(Dr. Achmad Fachrodji) (Wawan Purwanto,SE,MM)

Direktur Program Pascasarjana

Ketua Program Studi Magister
Manajemen

(Prof. Dr. Didik J. Rachbini)

(Dr. Augustina Kurniasih,ME)

PERNYATAAN

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

Judul : Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian *E-Ticketing* Transjakarta (Studi Kasus *JakCard* Bank DKI)
Bentuk Tesis : Kajian Masalah Perusahaan
Nama : Elvi Noviawan
Nim : 55111120043
Program : Magister Manajemen
Tanggal :

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, 24 Februari 2016

(Elvi Noviawan)



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji Saya panjatkan bagi Allah SWT karena atas limpahan karunia rahmat-Nya sehingga tesis yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian *e-ticketing* Transjakarta” ini dapat terselesaikan dengan baik tepat pada waktunya.

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati.

Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa tesis ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Dr. Achmad Fachroddi dan Wawan Purwanto,SE,MM selaku pembimbing tesis pada Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Baruna Hadibrata, selaku penguji pada seminar proposal. Dr. Ir. Wilhelmus Harry Susilo, MM, IAI, selaku penguji pada ujian tesis yang pertama pada tanggal 3 Agustus 2016 dan Dr. Mudji Sabar selaku penguji atas sidang tesis yang kedua pada tanggal 8 Maret 2016.
3. Dr. Augustina Kurniasih, ME, selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen dan selaku ketua sidang dalam ujian tesis yang pertama dan kedua.
4. Prof. Dr. Didik J. Rachbini, selaku Direktur Pasca Sarjana, Universitas Mercubuana, beserta segenap jajarannya yang telah berupaya meningkatkan suasana belajar yang nyaman di Pasca Sarjana.
5. Kedua Orang Tua (H. Madali (alm) dan Hj. Yumyanah) yang telah membesarkan penulis dengan kesabarannya dari kecil hingga dewasa dan dukungan kepada penulis untuk melanjutkan pendidikan yang lebih tinggi.

6. Saudara-saudaraku (Mudiawati, Muliawati, Sumaryati, Yuniawati, Marlina, Mafriyani, Murniasari, Mardiansyah (Alm), Rachmayani, Nugraha Mardiana) yang selalu mendo'akan penulis dan mendorong menyelesaikan pendidikan jenjang S2.
7. Isteriku (Ritha Kurniawati Danafia) dan anak-anakku tercinta (Alifia Bunga, Alif Akbar, Iqbal Baihaki dan Annisa Nurfadilla) yang selalu memberikan semangat maupun materi untuk terus meyelesaikan tugas akhir ini.
8. Sahabat-sahabatku di Grup Audit Intern dan Cabang Tangerang yang telah memberikan dukungan moral untuk terus meyelesaikan tugas akhir ini.

Semoga Allah SWT membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufikNya, Amin.



Jakarta, 8 Maret 2016

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Elvi Noviawan

DAFTAR ISI

ABSTRACT	iii
ABSTRAK	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
PERNYATAAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	6
1.3. Rumusan Masalah	7
1.4. Batasan Masalah	7
1.5. Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
1.5.1. Tujuan Penelitian	8
1.5.2. Manfaat Penelitian	8
BAB II DESKRIPSI PERUSAHAAN PT.BANK DKI	10
2.1. Sejarah Perusahaan	10
2.1.1. Visi dan Misi	12
2.2.2. Struktur Organisasi	16
2.2. Ruang Lingkup Bidang Usaha	16
2.2.1. JakCard Bank DKI	18
2.2.2. Syarat dan Ketentuan Kartu JakCard Bank DKI	19
2.3. Sumber Daya Yang Dimiliki	27
2.4. Tantangan di Masa yang akan Datang	28
2.5. Proses Bisnis	29
BAB III KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	31
3.1. Landasan Teori	31
3.1.1. Keputusan Pembelian	31
3.1.2. Kualitas Produk	38
3.1.3. Kualitas Pelayanan	44
3.1.4. Kepuasan Pelanggan	48
3.2. Penelitian Terdahulu	52
3.3. Rerangka Pemikiran	55
3.4. Hipotesis Penelitian	55

BAB IV	METODE PENELITIAN	57
4.1.	Jenis/Desain Penelitian	57
4.2.	Variabel Penelitian/Fenomena yang Dihadapi	58
4.3.	Definisi Operasional	58
4.4.	Jenis dan Sumber Data.....	64
4.5.	Teknik dan Pengumpulan Data.....	65
4.6.	Populasi dan Sampel Penelitian	67
4.6.1.	Populasi	67
4.6.2.	Sampel	68
4.7.	Metode Analisa Data	69
4.7.1.	Statistik Deskriptif	69
4.7.2.	Analisis Validitas dan Reliabilitas Kuesioner	69
4.7.3.	Uji Asumsi Klasik	72
4.7.4.	Statistik Inferensia	74
4.7.5.	Pengujian Hipotesis	75
BAB V	HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	78
5.1.	Hasil Penelitian	78
5.2.	Hasil Statistik Deskriptif Data Penelitian	78
5.3.	Uji Instrumen	80
5.3.1.	Statistik Validitas dan Reliabilitas Instrumen Kualitas Produk	80
5.3.2.	Statistik Validitas dan Reliabilitas Instrumen Kualitas Pelayanan	81
5.3.3.	Statistik Validitas dan Reliabilitas Instrumen Kepuasan Pelanggan	82
5.3.4.	Statistik Validitas dan Reliabilitas Instrumen Keputusan Pembelian	83
5.4.	Uji Asumsi	84
5.4.1.	Uji Normalitas	84
5.5.	Pengujian Regresi	86
5.5.1.	Regresi Linier Berganda	86
5.5.2.	Koefisien Determinasi (R^2)	93
5.6.	Hasil Uji Antar Dimensi	94
BAB VI	KESIMPULAN DAN SARAN	96
6.1.	Kesimpulan	96
6.2.	Saran	97
DAFTAR PUSTAKA	99
LAMPIRAN	102

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.	Resume Laporan Settlement JakCard 2012-2013	3
Tabel 3.1.	Penelitian Terdahulu	52
Tabel 4.1.	Indikator Variabel Kualitas Produk	59
Tabel 4.2.	Indikator Variabel Kualitas pelayanan	60
Tabel 4.3.	Indikator Variabel Kepuasan Pelanggan	61
Tabel 4.4.	Indikator Variabel Keputusan Pembelian	62
Tabel 4.5.	Tabel Skala Linkert	66
Tabel 5.1.	Statistik Deskriptif Data Penelitian	79
Tabel 5.2.	Validitas Butir Pertanyaan Kualitas Produk	81
Tabel 5.3.	Validitas Butir Pertanyaan Kualitas Pelayanan	82
Tabel 5.4.	Validitas Butir Pertanyaan Kepuasan Pelanggan	83
Tabel 5.5.	Validitas Butir Pertanyaan Keputusan Pembelian	84
Tabel 5.6.	Reliability Statistics Keputusan Pembelian	85
Tabel 5.7.	Hasil Pengujian Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian <i>E-Ticketing Transjakarta</i>	87
Tabel 5.8.	Korelasi Antar Dimensi	94

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.	Struktur Organisasi PT Bank DKI	16
Gambar 2.2.	Kartu JakCard PT. BANK DKI	18
Gambar 2.3.	Top Up Cash pada Halte Transjakarta	29
Gambar 2.4.	Top Up Menggunakan Kartu ATM/Debit pada Merchant	30
Gambar 2.5.	Top Up Menggunakan Kartu ATM/Debit pada Kantor Bank DKI	30
Gambar 3.1.	Konsep Kepuasan Pelanggan	49
Gambar 3.2.	Rerangka Pemikiran	55
Gambar 4.1.	Penentuan Daerah Kritis	75
Gambar 5.1.	Prosentase Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel Keputusan Pembelian	85
Gambar 5.2.	Uji Heteroskedastisitas	86
Gambar 5.3.	Penentuan Daerah Kritis Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	88
Gambar 5.4.	Penentuan Daerah Kritis Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian	89
Gambar 5.5.	Penentuan Daerah Kritis Kepuasan Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian	91

DAFTAR LAMPIRAN

Kuesioner Penelitian	103
Hasil Pengolahan Data SPSS	110

