



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI  
HARGA, DAN LAYANAN PELANGGAN TERHADAP  
KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PT.EA**



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



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI  
HARGA, DAN LAYANAN PELANGGAN TERHADAP  
KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PT.EA**

**TESIS**

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

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA  
MULYONO

**55113310042**

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

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Layanan pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan PT. EA.

Bentuk Tesis : Riset Bisnis / Kajian Masalah Perusahaan

Nama : Mulyono


NIM : 551005542

Program : Pascasarjana Program Studi Magister Manajemen

Tanggal : 31 Desember 2015

Mengesahkan

Pembimbing

  
UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

(Mucshin Saggaf Shihab, MBA., Ph.D.)

Direktur Pascasarjana

Ketua Program Studi Magister



(Prof. Dr. Didik J. Rachbini)



(Dr. Augustina Kurniasih, M.E)

## PERNYATAAN

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

Judul : Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Layanan pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan PT. EA.

Bentuk Tesis : Riset Bisnis

Nama : Mulyono

NIM : 551005542

Program : Pascasarjana Program magister Manajemen

Tanggal : 10 November 2015

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, 10 November 2015



Mulyono

## 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, Persepsi Harga, dan Layanan pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan PT. EA.

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. Muchsin Saggaf Shihab, M.B.A., Ph.D. selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan penulis selama penyusunan Tesis ini dari awal hingga Tesis ini dapat diselesaikan.
2. Dr. Mudji Sabar, SE., MBA. selaku dosen penguji pada pada seminar proposal dan ujian Tesis yang telah memberikan masukan kepada penulis.
3. Dr. Augustina Kurniasih, M.E. 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. Seluruh direksi PT. EA yang telah memberikan ijin sebagai objek penelitian ini.

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



Penulis

## DAFTAR ISI

<i>ABSTRACT</i> .....	i
ABSTRAK.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
PERYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi, Perumusan, dan Batasan Masalah.....	8
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	8
1.2.2 Rumusan Masalah.....	8
1.2.3 Batasan Masalah.....	9
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian .....	10
1.3.1 Maksud Penelitian .....	10
1.3.2 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat dan Kegunaan Penelitian .....	11
1.4.1 Manfaat Penelitian .....	11
1.4.2 Kegunaan Penelitian.....	11
<b>BAB II. DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN</b>	
2.1 Sejarah Perusahaan.....	12
2.2 Ruang lingkup Usaha.....	14
2.3 Sumber Daya.....	15
2.4 Tantangan Bisnis.....	17
2.5 Proses Bisnis Perusahaan.....	19

**BAB III. KAJIAN PUSTAKA, PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS**

3.1	Landasan Teori.....	21
3.1.1	Kualitas Produk.....	21
3.1.2	Persepsi Harga.....	24
3.1.3	Layanan Pelanggan.....	31
3.1.4	Kepuasan Pelanggan.....	33
3.1.5	Loyalitas Pelanggan.....	36
3.2	Penelitian Terdahulu.....	37
3.2	Kerangka Berpikir.....	39
3.4	Hipotesis.....	41

**BAB IV. METODE PENELITIAN**

4.1	Jenis/Desain Penelitian .....	43
4.2	Variabel Penelitian.....	44
4.2.1	Definisi Konsep.....	45
4.2.2	Definisi Operasional.....	46
4.3	Populasi dan Sampel Penelitian.....	49
4.4	Jenis Dan Sumber Data.....	49
4.5	Teknik Pengumpulan Data.....	50
4.6	Metode dan Teknik Analisa Data.....	51
4.6.1	Teknik Analisa Data.....	51
4.6.2	Statistik Deskriptif.....	51
4.6.3	Karakteristik Responden.....	52
4.6.4	Statistik Referensi Pengujian Intrumen Penelitian.....	52
4.6.5	Pengujian Hipotesis.....	53
4.6.6	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	55
4.7	Analisis Jalur.....	56
4.8	Korelasi Antar Dimensi.....	58



<b>BAB V.</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
5.1	Hasil Penelitian.....	60
5.1.1	Karakteristik Responden.....	60
5.1.2	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	61
5.2	Analisis Deskriptif Variabel.....	64
5.3	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	66
5.3.1	Hasil Uji Normalitas.....	66
5.3.2	Hasil Uji Multikolinieritas.....	67
5.3.3	Hasil Uji Heteroskedasitas.....	69
5.4	Hasil Uji Hipotesis.....	70
5.4.1	Hasil Analisis Jalur 1.....	71
5.4.2	Koefisien Determinasi Jalur 1.....	74
5.4.3	Hasil Analisis Jalur Model 2.....	74
5.4.4	Koefisien Determinasi Jalur 2.....	77
5.4.5	Hasil Analisis Jalur Model 1 dan 2.....	78
5.4.6	Korelasi Antar Dimensi.....	79
5.4.7	Kausal Empiris Antar Jalur Model 1 dan Model 2 .....	83
5.5	Pembahasan Hasil Penelitian .....	84
5.5.1	Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Layanan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	84
5.5.2	Pengaruh Langsung Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Layanan Pelanggan serta Pengaruh Tidak Langsung Melalui Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	86
<b>BAB VI.</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
6.1	Kesimpulan.....	90
6.2	Saran.....	92
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>96</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>		<b>100</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....</b>		<b>121</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Keluhan Pelanggan Tahun 2014.....	2
Tabel 1.2 Data Target Kepuasan Pelanggan <i>Domestic</i> .....	4
Tabel 3.1 Penelitian Terdahulu.....	37
Tabel 4.1 Dimensional Variabel .....	46
Tabel 4.2 Korelasi Antar Dimensi.....	58
Tabel 5.1 Karakteristik Responden.....	60
Tabel 5.2 Hasil Pengujian Validitas.....	62
Tabel 5.3 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	63
Tabel 5.4 Hasil Pengujian Multikoloneritas Jalur Model 1.....	68
Tabel 5.5 Hasil Pengujian Multikoloneritas Jalur Model 2.....	68
Tabel 5.6 Uji-F dan Uji-t Jalur Model 1.....	72
Tabel 5.7 Uji-F dan Uji-t Jalur Model 2.....	75
Tabel 5.8 Pengaruh Langsung, Tidak Langsung dan Pengaruh Total.....	79
Tabel 5.9 Matrik Analisis Korelasi Antar Dimensi.....	80

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data <i>Customers Satisfaction Index</i> (CSI).....	4
Gambar 1.2 Data Persentasi Jumlah Pelanggan Tahun 2013 dan 2014.....	5
Gambar 1.3 Pergerakan Sales 2013 dan 2014 .....	6
Gambar 1.4 Gap Kuantitas Sales 2013 dan 2014.....	6
Gambar 2.1 Perkembangan Kapasitas Produksi PT EA.....	13
Gambar 2.2 Struktur Organisasi PT. EA.....	16
Gambar 2.3 Struktur Organisasi Departement Maketing PT. EA.....	16
Gambar 2.4 Segmentasi Material Untuk Kemasan.....	17
Gambar 2.5 <i>Flow Business</i> PT.EA.....	20
Gambar 3.1 Kerangka Berpikir.....	39
Gambar 4.1 Model Penelitian.....	45
Gambar 5.1 Hasil Pengujian Normalitas Jalur Model 1.....	66
Gambar 5.2 Hasil Pengujian Normalitas Jalur Model 2.....	67
Gambar 5.3 Hasil Pengujian Heteroskedastisitas Jalur Model 1.....	69
Gambar 5.4 Hasil Pengujian Heteroskedastisitas Jalur Model 2.....	70
Gambar 5.5 <i>Model Summury Dependent</i> Kepuasan Pelanggan jalur 1.....	74
Gambar 5.6 <i>Model Summury Dependent</i> Loyalitas Pelanggan jalur 2.....	78
Gambar 5.7 Kausal Empiris Antar Jalur Model 1 dan Model 2 .....	83

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar Kuesioner Penelitian.....	100
Lampiran 2 Hasil pengujian Validitas Kualitas Produk .....	105
Lampiran 3 Hasil Pengujian Validitas Persepsi Harga, Layanan Pelanggan, Kepuasan, Loyalitas Pelanggan.....	106
Lampiran 4 Hasil Pengujian Reliabilitas Kualitas Produk, Persepsi Harga,Layanan Pelanggan, Kepuasan dan Loyaitas Pelanggan.....	108
Lampiran 5 Rekapitulasi Hasil Kuesioener.....	111
Lampiran 6 Tanggapan Responden.....	113
Lampiran 7 Hasil Uji Multikolinearitas.....	115
Lampiran 8 Hasil Uji T dan F jalur 1.....	116
Lampiran 9 Hasil Uji t dan Uji F Jalur 2 .....	117
Lampiran 10 Koefisien Korelasi Antar Dimensi.....	118