



**ANALISIS PERSEPSI PERFORMA PT. ELNUSA TBK.,
MELALUI *BRAND EQUITY, VALUE EQUITY, RELATIONSHIP
EQUITY* TERHADAP *LOYALITAS* MELALUI *TRUST***

TESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Pasca Sarjana
Program Studi Manajemen

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**
Ratna Sari Dewi

55114110294

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
TAHUN 2016**

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Analisis Persepsi Performa PT. Elnusa Tbk., melalui *Brand Equity, Value Equity, Relationship Equity* terhadap *Loyalitas Melalui Trust*

Bentuk Tesis : Penelitian/Kajian Masalah Perusahaan


Nama : Ratna Sari Dewi

NIM : 55114110294

Program : Magister Manajemen

Tanggal : Oktober 2016

UNIVERSITAS Mengesahkan
MERCU BUANA Pembimbing Utama

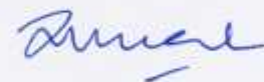

Prof. Dr. Ngadino Surip Dipo Sumarto, MS

Direktur Program Pascasarjana



Prof. Dr. Didik J. Rachbini

Ketua Program Studi Magister
Manajemen



Dr. Augustina Kurniasih, ME

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan dengan sebenarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini:

Judul : Analisis Persepsi Performa PT. Elnusa Tbk., pada *Brand Equity, Value Equity, Relationship Equity* terhadap Variabel *Loyalitas Melalui Trust*

Nama : Ratna Sari Dewi

Nim : 55114110294

Program : Magister Manajemen

Tanggal : Oktober 2016

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 sumberdaya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, Oktober 2016


Ratna Sari Dewi

METERAI
TEMPEL
6000
Kolektibilitas

677A3AEF209205441



KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmaanirrahim, dengan memanjatkan puji dan syukur ke hadirat Allah SWT serta atas segala rahmat dan karunia-Nya pada penulis, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tesis yang berjudul: **Analisis Persepsi Performa PT. Elnusa Tbk., melalui *Brand Equity*, *Value Equity*, *Relationship Equity* terhadap Loyalitas melalui *Trust*.**

Tesis ini ditulis dalam rangka 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, oleh karena itu penulis menyampaikan terimakasih kepada semua pihak yang secara langsung dan tidak langsung yang telah memberikan kontribusi dalam penyelesaian karya ilmiah ini. Secara khusus pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada Prof. Dr. Ngadino Surip Diposumarto, MS., sebagai dosen pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan penulis selama penyusunan Tesis ini dari awal hingga Tesis ini dapat diselesaikan. Penulis juga berterima kasih kepada Dr. Bambang Soegomo selaku penguji pada Seminar Proposal, Dr. Suharno Pawirosumarto, MM. dan Dr. Dudi Permana selaku Penguji pada Ujian Tesis. Juga peneliti haturkan terima kasih kepada Prof. Dr. Didik J. Rachbini selaku Direktur Program Pascasarjana, beserta segenap jajarannya yang telah berupaya meningkatkan situasi kondusif di Fakultas.

Tak lupa penulis berterimakasih kepada Ketua Program Studi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Dr. Augustina Kurniasih, ME. Demikian juga penulis menyampaikan terimakasih kepada seluruh dosen dan staff administrasi Prodi Magister Manajemen, termasuk rekan-rekan mahasiswa yang telah menaruh simpati dan bantuan sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini. Akhirnya penulis mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua, keluarga, yang dengan penuh kasih sayang dan kesabarannya mendorong penulis untuk menyelesaikan karya ilmiah ini. Kiranya hasil penulisan ini dapat memberi sumbangsih dalam masalah pencapaian target perusahaan dalam menyusun Business Plan (rencana kerja) perusahaan.

DAFTAR ISI

.....	
COVER TESIS.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTACK.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I – PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	10
1.3 Rumusan Masalah	11
1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian	12
1.5 Manfaat dan Kegunaan Penelitian	12
1.5.1 Praktis	12
1.5.2 Teoritis.....	13
BAB II – DESKRIPSI PERUSAHAAN.....	14
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan	14
2.2 Riwayat Singkat dan Jejak Langkah (<i>Milestone</i>).....	14
2.3 Lingkup Bidang Usaha.....	15
2.4 Sumber Daya.....	16
2.5 Marketing organisasi dan Strategi Bisnis.....	18
2.6 Komposisi SDM.....	22
2.6.1 Komposisi SDM Berdasarkan Pendidikan	22
2.6.2 Komposisi SDM Berdasarkan Usia	23

2.6.3	Sistim Manajemen Sumber Daya	23
2.7	Tantangan Bisnis di Perusahaan.....	24
2.8	Kegiatan Bisnis di Perusahaan	25
BAB III - KAJIAN PUSTAKA KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS		28
3.1	Kajian Teori	28
3.1.1	Ekuitas Merek (Brand Equity).....	28
3.1.2	Ekuitas Nilai (Value Equity)	30
3.1.3	Ekuitas Relasional (Relationship Equity).....	30
3.1.4	Kepercayaan (Trust)	31
3.1.5	<i>Loyalty</i> (Loyalitas).....	44
3.2	Hubungan Antar Variabel	33
3.2.1	Hubungan Brand Equity terhadap Loyalitas.....	33
3.2.2	Hubungan Value Equity terhadap Loyalitas.....	34
3.2.3	Hubungan Relationship Equity terhadap Loyalitas	34
3.2.4	Hubungan Brand Equity terhadap Loyalitas melalui Trust .	35
3.2.5	Hubungan Value Equity terhadap Loyalitas melalui Trust .	35
3.2.6	Hubungan Relationship Equity terhadap Loyalitas melalui Trust.....	36
3.3	Analisis Korelasi Antar Dimensi.....	37
3.3.1	Pengaruh Brand Equity, Value Equity, Relationship Equity terhadap Trust	37
3.3.2	Pengaruh Korelasi Brand Equity, Value Equity, Relationship Equity terhadap Loyalitas	46
3.3.3	Pengaruh Korelasi Trust terhadap Loyalitas.....	60
3.4	Penelitian Terdahulu	61
3.5	Kerangka Pikir	64
3.6	Hipotesis Penelitian.....	65
BAB IV - METODE PENELITIAN		80
4.1	Jenis/Desain Penelitian.....	80
4.2	Variabel Penelitian	80

4.2.1	Definisi Konsep	83
4.2.2	Definisi Operasional	87
4.3	Uji Instrumen Penelitian	87
4.3.1	Uji Validitas Instrumen.....	88
4.3.2	Uji Reliabilitas Instrumen.....	90
4.4	Populasi dan Sampel Penelitian	90
4.4.1	Populasi Penelitian.....	90
4.4.2	Sampel Penelitian	91
4.5	Teknik Pengumpulan Data.....	92
4.5.1	Kuesioner	92
4.6	Jenis dan Sumber Data	94
4.7	Pengolahan dan Teknis Analisis Data.....	94
4.7.1	Structural Equation Modeling (SEM).....	94
4.7.2	Lisrel (Linear Structural Relationship).....	94
4.7.3	Uji Hipotesis	101
4.7.4	Korelasi Sederhana dan Berganda	101
4.7.5	Koefisien Determinasi	102
4.7.6	Uji t	103
4.7.7	Uji F.....	104
4.8	Analisis Dimensi.....	105
BAB V - HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		109
5.1	Profil Responden.....	109
5.1.1	Jenis Perusahaan	110
5.1.2	Pendidikan Terakhir.....	110
5.1.3	Umur	111
5.2	Pembahasan Hasil Penelitian	112
5.2.1	Uji Instrumen	112
5.2.2	Deskripsi Jawaban	114
5.3	Structural Equation Modeling	115
5.4	Pengembangan Diagram Jalur.....	116
5.4.1	Konversi Diagram Jalur ke dalam Persamaan	117

5.5	Confirmatory Factor Analysis (CFA)	119
5.6	Evaluasi Goodness of Fit	121
5.7	Pengujian Hipotesis.....	122
5.8	Hubungan Korelasi Antar Variabel.....	127
5.9	Pembahasan Hasil	127
5.9.1	Pengaruh Langsung Relationship Equity Terhadap Loyalitas	127
5.10	Analisis Dimensi	128
BAB VI - KESIMPULAN DAN SARAN		130
6.1	KESIMPULAN	130
6.2	SARAN	131
6.2.1	Saran Untuk Praktisi	131
6.2.2	Saran Untuk Akademisi	133
DAFTAR PUSTAKA		134
LAMPIRAN		137
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....		138

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 – Daftar Proyek Divisi GOLP 2012.....	17
Tabel 1.2 – Daftar Proyek Divisi GDM 2012.....	18
Tabel 1.3 - Daftar Proyek Divisi EDS 2012	18
Tabel 2.1 – Milestone dan Capaian PT. Elnusa Tbk.....	27
Tabel 2.2 - Komposisi SDM Berdasarkan Pendidikan	35
Tabel 2.3 – Komposisi SDM Berdasarkan Usia	36
Tabel 3.1 – Definisi Ekuitas Merek Menurut Para Ahli	41
Tabel 3.2 – Definisi Ekuitas Nilai Menurut Para Ahli.....	42
Tabel 3.3 – Definisi Ekuitas Relasional Menurut Para Ahli.....	43
Tabel 3.4 – Definisi Trust Menurut Para Ahli	44
Tabel 3.5 – Definisi Loyalitas Menurut Para Ahli	44
Tabel 3.6 – Penelitian Terdahulu	74
Tabel 4.1 – Definisi Operasional	84
Tabel 4.2 – Matriks Korelasi Dimensi Antar Variabel Beas dengan Dimensi variabel Terikat	105
Tabel 5.1 – Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	108
Tabel 5.2 – Profil Responden Berdasarkan Jenis Perusahaan.....	109
Tabel 5.3 – Profil Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	109
Tabel 5.4 – Profil Responden Berdasarkan Umur	110
Tabel 5.5 – Tabel Hasil Uji Validitas dan Realibilitas	112
Tabel 5.6 – Tabel Deskripsi Jawaban	113
Tabel 5.7 – Tabel Confirmatory Factor Analysis.....	119
Tabel 5.8 – Tabel Goodnes of Fit	120
Tabel 5.9 – Hasil Uji Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung	121
Tabel 5.10 – Tabel Hubungan Korelasi Antar Variabel	107
Tabel 5.11 – Matriks Korelasi Dimensi Antar Variabel	127

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik harga minyak vs Nilai Tukar	14
Gambar 1.2 Grafik Perkembangan Investasi Sektor Hulu Migas 2010-2014..	15
Gambar 1.3 Grafik Kinerja ELNUSA per Kuartal.....	17
Gambar 1.4 Gambar Kajian Pendahuluan.....	21
Gambar 2.1 Wilayah Kerja Operasional	28
Gambar 2.2 Struktur Organisasi PT. Elnusa Tbk.....	29
Gambar 2.3 Struktur Organisaftsi PT. Elnusa Tbk	30
Gambar 2.4 Addressable Market O&G Upstream Services.....	32
Gambar 2.5 Investasi Jasa Hulu Mimgas Pangsa Pasar ELNUSA	33
Gambar 2.6 Addressable Market O&G Upstream Services.....	34
Gambar 2.7 Tantang Bisnis PT. ELnusa Tbk, 2015	37
Gambar 2.8 Addressable Market Oil & Gas Upstream in Indonesia.....	39
Gambar 3.1 Kerangka Pikir Penelitian	77
Gambar 5.1 Pengembangan Diagram	115

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	: Kuesioner Pre-Studi	120
Lampiran II	: Kuesioner Penelitian.....	122
Lampiran III	: Uji Validitas Data.....	126
Lampiran IV	: Hasil Tabulasi Data	131
Lampiran V	: Output Lisrel Analisis Jalur.....	133

