



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**ANALISA KUALITAS JASA DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP KEPERCAYAAN DAN DAMPAKNYA TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN PADA PERUSAHAAN JASA
KONSULTAN PAJAK PT MAAS STANDARD CONSULTING**

TESIS

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

SUBANDIMAN

55114110269

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



**ANALISA KUALITAS JASA DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP KEPERCAYAAN DAN DAMPAKNYA TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN PADA PERUSAHAAN JASA
KONSULTAN PAJAK PT MAAS STANDARD CONSULTING**

TESIS

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

SUBANDIMAN

55114110269

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

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : **Analisa Kualitas Jasa dan Persepsi Harga terhadap Kepercayaan dan Dampaknya terhadap Loyalitas Pelanggan pada Perusahaan Jasa Konsultan Pajak PT MAAS Standard Consulting.**

Bentuk Tesis : Kajian Masalah Perusahaan

Nama : Subandiman

NIM : 5514110269

Program : Pascasarjana Magister Manajemen

Tanggal : 22 Oktober 2016

Mengesahkan,

Pembimbing Utama

Pembimbing II



(Prof. Dr. Didik J. Rachbini)



(Endi Rekarti, SE., ME.)

Direktur Program Pascasarjana

Ketua Program Studi Magister Manajemen



(Prof. Dr. Didik J. Rachbini)



(Dr. Augustina Kurniasih, ME)

LEMBAR PERNYATAAN

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

Judul : Analisa Kualitas Jasa dan Persepsi Harga terhadap Kepercayaan dan Dampaknya terhadap Loyalitas Pelanggan pada Perusahaan Jasa Konsultan Pajak PT MAAS Standard Consulting.

Bentuk Tesis : Penelitian / Kajian Masalah Perusahaan

Nama : Subandiman

NIM : 5514110269

Program : Pasca Sarjana Magister Manajemen

Tanggal : 22 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 pengolahan data yang disajikan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 22 Oktober 2016



Subandiman

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur ke hadirat Allah SWT serta atas segala rahmat dan karunia-Nya akhirnya dapat menyelesaikan penyusunan Tesis yang berjudul: Analisa Kualitas Jasa dan Persepsi Harga terhadap Kepercayaan dan Dampaknya terhadap Loyalitas Pelanggan pada Perusahaan Jasa Konsultan Pajak PT MAAS Standard Consulting.

Tesis ini ditulis dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Master Manajemen pada Program Studi 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 terima kasih kepada semua pihak yang secara langsung dan tidak langsung memberikan kontribusi dalam penyelesaian karya ilmiah ini. Secara khusus pada kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Didik J.Rachbini sebagai dosen pembimbing utama yang telah membimbing dan mengarahkan penulis selama penyusunan Tesis ini dari awal hingga Tesis ini dapat diselesaikan.
2. Bapak Endi Rakerti, SE, MM sebagai dosen pembimbing II yang telah membantu membimbing dan mengarahkan penulis selama penyusunan Tesis ini hingga Tesis ini dapat diselesaikan.
3. Bapak Dr. R.Eddy Nugroho, MM selaku penguji pada Seminar Proposal yang telah memberi banyak masukan.
4. Bapak Ir. Har Adi Basri, M.Ec., Ph.D selaku penguji pada ujian sidang Tesis yang telah menyempurnakan tesis ini.
5. Ibu Dr. Augustina Kurniasih, ME selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen dan ketua sidang Tesis yang telah memberikan banyak koreksi untuk menyempurnakan Tesis ini.
6. Seluruh dosen dan staf administrasi Prodi Magister Manajemen yang telah membantu meningkatkan situasi kondusif dalam proses belajar dan mengajar di Kampus ini.
7. Direksi dan staf PT MAAS Standard Consulting yang telah memberikan motivasi dan informasi serta data yang diperlukan untuk penelitian ini. Kiranya hasil penulisan ini dapat memberi sumbangsih bagi perusahaan dalam meningkatkan loyalitas pelanggannya.
8. Teman-teman yang telah membantu dan memberikan semangat dalam penyelesaian Tesis ini yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

9. Ibunda dan istri tercinta yang telah memberi perhatian dan pengorbanannya.
10. Teruntuk anak-anak ku semoga tesis ini menjadi motivasi bagi kalian untuk menuntut ilmu yang lebih tinggi lagi.

Akhirnya penulis menyadari banyak terdapat kesalahan penulisan karena keterbatasan penulis mohon dimaafkan.

Jakarta, 22 Oktober 2016

Subandiman



DAFTAR ISI

<i>ABSTRACT</i>	<i>i</i>
ABSTRAK	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	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 Masalah	9
1.3 Batasan /Perumusan Masalah	10
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Manfaat Penelitian	11
BAB II DESKRIPSI PERUSAHAAN PT MAAS STANDARD CONSULTING	
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan	12
2.2 Visi dan Misi Perusahaan	12
2.3 Lingkup Bidang Usaha Jasa Konsultan Pajak	13
2.4 Sumber Daya Manusia	14
2.5 Struktur Organisasi	15
2.6 Tantangan Bisnis Perusahaan	15
2.7 Proses Bisnis Perusahaan	16
2.7.1 Profesi Konsultan Pajak	16
2.7.2 Proses Pekerjaan	17
BAB III KAJIAN PUSTAKA	
3.1 Kualitas Jasa	19
3.2 Persepsi Harga	20
3.3 Kepercayaan (Trust)	21
3.4 Loyalitas Pelanggan	23
3.5 Penelitian Terdahulu	24
3.6. Keterkaitan antar variable	26
3.6.1 Kualitas Jasa Terhadap Kepercayaan	26
3.6.2 Persepsi Harga Terhadap Kepercayaan	27
3.6.3 Kualitas Jasa Terhadap Loyalitas Pelanggan	27
3.6.4 Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan	28
3.6.5 Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan	28
3.7 Kerangka Berpikir	29
3.9 Hipotesa Penelitian	30

BAB IV METODA PENELITIAN

4.1 Jenis Penelitian.....	31
4.2 Variabel Penelitian.....	31
4.2.1 Definisi Konsep.....	32
4.2.2 Definisi Operasional.....	32
4.3 Sumber data.....	35
4.3.1 Data Primer.....	35
4.3.2 Data Sekunder.....	35
4.3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	35
4.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengujian.....	37
4.5 Teknik Analisa Data.....	37
4.5.1 Uji Kuesioner Penelitian.....	37
4.5.1.1 Uji Validitas.....	37
4.5.1.2 Uji Reliabilitas.....	38
4.5.2 Uji Pengaruh Variabel Bebas terhadap Variabel Terikat.....	38
4.5.1.1 Uji Normalitas.....	38
4.5.1.2 Uji Heteroskedastisitas.....	39
4.5.3 Korelasi antar Dimensi.....	39
4.6 Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	40
4.7 Uji Pengaruh Variabel Bebas terhadap Variabel Terikat.....	42
4.7.1. Uji Signifikansi.....	42
4.7.2. Koefisien Determinasi R^2	42
4.7.3 Uji Signifikansi Simultan (Uji – F).....	42
4.7.4 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji – t).....	43
4.7.5 Matrik Korelasi Antar Dimensi.....	43

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1 Hasil Penelitian.....	44
5.2 Uji Instrumen Penelitian.....	45
5.2.1 Uji Validitas.....	45
5.2.2 Uji Reliabilitas.....	47
5.3 Analisis Statistik Deskriptif.....	47
5.3.1 Kualitas Jasa.....	48
5.3.2 Persepsi Harga.....	49
5.3.3 Kepercayaan.....	50
5.3.4 Loyalitas Pelanggan.....	51
5.4 Uji Asumsi Klasik.....	52
5.4.1 Uji Normalitas.....	52
5.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	53
5.5 Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	54
5.5.1 Uji Analisis Jalur Model 1.....	55
A. Uji t Analisis Jalur Model 1.....	55
B. Uji F Analisis Jalur Model 1.....	56
C. Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	57
5.5.2 Uji Analisis Jalur Model 2.....	58

A. Uji t Analisis Jalur Model 2.....	58
B. Uji F Analisis Jalur Model 2.....	60
C. Analisis Koefisien Determinasi (R^2) Model 2	61
5.6 Pembahasan Hasil Analisis Jalur Model 1 dan 2.....	61
5.7 Uji Korelasi antar Dimensi.....	64
5.8 Pembahasan Hasil Penelitian.....	66
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1 Kesimpulan.....	69
6.2 Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN	78
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	103



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Jumlah Pelanggan Lama dan Baru Tahun 2013 – 2015	2
Tabel 1.2 Urutan Keunggulan Perusahaan Menurut Konsultan	6
Tabel 1.3 Pendapatan dan SDM Konsultan tahun 2011 sd 2015	6
Tabel 1.4 Harga Jasa SPT Bulanan dan Akuntansi Bulanan	7
Tabel 1.5 Permulaan menjadi klien data tahun 2013-2015	9
Tabel 2.1 Posisi Sumber Daya Manusia	14
Tabel 3.1 Penelitian Terdahulu	25
Tabel 4.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian	33
Tabel 4.2. Bobot Nilai Jawaban Responden	36
Tabel 4.3 Koefisien Antar Dimensi Variabel	43
Tabel 4.4 Interpretasi Nilai Koefisien Korelasi	43
Tabel 5.1 Profil Responden	44
Tabel 5.2 Pengujian Validitas	46
Tabel 5.3 Uji Reliabilitas	47
Tabel 5.4 Tanggapan Responden	48
Tabel 5.5 Uji Jalur Model 1	55
Tabel 5.6 Uji Jalur Model 2	59
Tabel 5.7 Pengaruh Langsung, Tidak Langsung dan Pengaruh Total	62
Tabel 5.8 Korelasi Antar Dimensi	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Pelanggan Loyal Tahun 2013, 2014, 2015	3
Gambar 1.2 Grafik Total Pelanggan Tahun 2013, 2014, 2015	4
Gambar 2.1 Struktur Organisasi Perusahaan	15
Gambar 3.2 Model Kerangka Berpikir	29
Gambar 5.1 Hasil Pengujian Normalitas Model 1	54
Gambar 5.2 Hasil Pengujian Normalitas Model 2	54
Gambar 5.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas Model 1	55
Gambar 5.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas Model 2	55
Gambar 5.5 Analisis Jalur Model 1	59
Gambar 5.6 Kausal Empiris Antar Jalur	63



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	80
Lampiran 2 Tabulasi Data	83
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Jasa	91
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Harga.....	93
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan.....	94
Lampiran 6 Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan.....	95
Lampiran 7 Hasil Uji Reliabilitas	97
Lampiran 8 Uji Normalitas	98
Lampiran 9 Uji Autokorelasi	99
Lampiran 10 Hasil Matriks Korelasi Dimensi Antar Variabel	101

