



**ANALISIS MARKETING MIX TERHADAP
REPURCHASE INTENTION DENGAN VARIABEL
MEDIASI KEPUTUSAN MEMILIH SEKOLAH
ORANG TUA MURID SD STRADA DI JAKARTA**

TESIS

Gabriel Yudhistira Hanifyanto

55120110027

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN

PROGRAM PASCASARJANA

UNIVERSITAS MERCU BUANA

2022



**ANALISIS MARKETING MIX TERHADAP
REPURCHASE INTENTION DENGAN VARIABEL
MEDIASI KEPUTUSAN MEMILIH SEKOLAH
ORANG TUA MURID SD STRADA DI JAKARTA**

TESIS

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

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Gabriel Yudhistira Hanifyanto
55120110027

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

2022

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Analisis *Marketing Mix* terhadap *Repurchase Intention* dengan Variabel Mediasi *Purchase Decision* Orang Tua Murid SD Strada di Jakarta

Bentuk Tesis : Penelitian/ Kajian Masalah Perusahaan

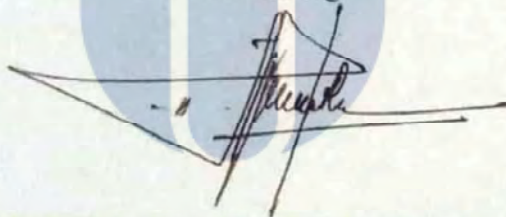
Nama : Gabriel Yudhistira Hanifyanto

NIM : 55120110027

Program : Magister Manajemen

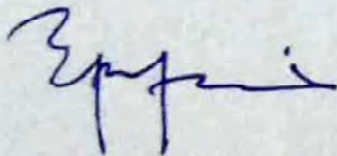
Tanggal : 12 Desember 2022

Mengesahkan
Pembimbing



Prof. Dr. Djumarno, MBA

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Ketua Program Studi Magister Manajemen



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si.



Dr. Lenny Christina Nawangsari, MM.

LEMBAR PERNYATAAN

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

Judul : Analisis *Marketing Mix* terhadap *Repurchase Intention* dengan Variabel Mediasi *Purchase Decision* Orang Tua Murid SD Strada di Jakarta

Bentuk Tesis : Penelitian/ Kajian Masalah Perusahaan

Nama : Gabriel Yudhistira Hanifyanto

NIM : 55120110027

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 21 Agustus 2022

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. Apabila terbukti adanya tindakan plagiat pada tesis ini, saya bersedia dikenakan sanksi sesuai aturan yang berlaku.

Jakarta, 21 Agustus 2022



Gabriel Yudhistira H.

PERNYATAAN SIMILARTY CHECK

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

1. Nama Lengkap : Gabriel Yudhistira Hanifyanto
2. Nomor Induk Mahasiswa : 55120110027
3. Program Studi : Magister Manajemen

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah (Skripsi / TA) yang saya tulis berjudul : Analisis Marketing Mix Terhadap Repurchase Intention dengan Variabel Mediasi Purchase Decision Orang Tua Murid SD Strada di Jakarta

Adalah benar-benar Hasil Karya Ilmiah Tulisan Saya Sendiri, bukan hasil karya ilmiah orang lain dan juga tidak mengandung plagiasi dari sumber informasi lainnya. Hal ini diperkuat dengan hasil uji kemiripan Turnitin yang sebesar 10 %.

Apabila dikemudian hari ternyata karya ilmiah yang saya tulis itu terbukti bukan hasil karya ilmiah saya sendiri atau hasil plagiasi karya orang lain, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan hasil karya ilmiah saya dengan seluruh implikasinya, sebagai akibat kecurangan yang saya lakukan.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dengan penuh kesadaran serta tanggung jawab.

MERCU BUANA

Jakarta, 21 Agustus 2022



Gabriel Yudhistira H.

**) Dokumen hasil uji Turnitin terlampir*

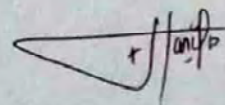
KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat rahmat dan kuasa-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis ini dengan judul “Analisis *Marketing Mix* terhadap *Repurchase Intention* dengan Variabel Mediasi *Purchase Decision* Orang Tua Murid SD Strada di Jakarta”. Tesis ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada Prof. Dr. Djumarno, MBA, selaku Dosen Pembimbing Tesis yang telah memberikan waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat yang sangat berguna demi terselesaikannya Tesis ini. Penyusunan Tesis ini juga tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan Tesis ini terutama kepada:

1. Dr. Harwikarya, M.T., selaku Plt Rektor Universitas Mercu Buana
2. Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana
3. Dr. Lenny Christina Nawangsari, ST., MM., selaku Ketua Program Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana
4. Prof. Dr., Djumarno MBA., yang telah membimbing penyusunan tesis ini dari awal hingga akhir
5. Dr. Adi Nurmahdi MBA., yang telah penguji akhir Tesis, yang telah memberikan masukan yang sangat berarti untuk perbaikan Tesis ini.
6. Dudi Permana Ph.D., yang telah memberikan saran dan masukan perbaikan untuk semakin baiknya Tesis ini.
7. Seluruh dosen dan staf administrasi Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana
8. Direktorat Perkumpulan Strada dan rekan guru yang terlibat dalam penelitian ini
9. Paulus Edi Sukasno selaku Kepala Cabang Strada Jakpusbarsel yang telah mendukung dan menjadi teman diskusi selama proses penyelesaian Tesis ini.
10. Orang tua murid kelas I SD Strada di seluruh Jakarta yang telah bersedia menjadi responden penelitian ini
11. Teristimewa orang tua dan keluarga tercinta yang memberikan doa, dukungan moril yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan Tesis ini.
12. Seluruh rekan-rekan mahasiswa Magister Manajemen

Jakarta, 21 Agustus 2022



Gabriel Yudhistira H.

DAFTAR ISI

ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
PERNYATAAN SIMILARTY CHECK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
1. BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Kontribusi Penelitian	12
2. BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS...	14
2.1 Kajian Teori.....	14
2.1.1 Pendidikan di Sekolah Dasar	14
2.1.2 Repurchase Intention.....	15
2.1.3 Keputusan Memilih Sekolah.....	17
2.1.4 Product.....	18
2.1.5 Price	24
2.1.6 Promotion	27
2.1.7 Place.....	30
2.2 Penelitian Terdahulu	32
2.3 Pengembangan Hipotesis	44
2.3.1 Hubungan produk dengan <i>repurchase intention</i>	44
2.3.2 Hubungan harga dengan <i>repurchase intention</i>	45
2.3.3 Hubungan promosi dengan <i>repurchase intention</i>	46
2.3.4 Hubungan tempat dengan dengan <i>repurchase intention</i>	47
2.3.5 Hubungan produk terhadap keputusan memilih sekolah.....	48
2.3.6 Hubungan harga terhadap keputusan memilih sekolah	49
2.3.7 Hubungan promosi terhadap keputusan memilih sekolah	50
2.3.8 Hubungan tempat terhadap keputusan memilih sekolah	51
2.3.9 Hubungan keputusan memilih sekolah dengan <i>repurchase intention</i>	52

2.3.10	Hubungan <i>product, price, promotion</i> dan <i>place</i> dengan <i>repurchase intention</i> yang dimediasi oleh keputusan memilih sekolah	53
3.	BAB III METODE PENELITIAN	56
3.1	Desain Penelitian	56
3.2	Definisi dan Operasionalisasi Variabel	58
3.2.1	Definisi Naratif	58
3.2.2	Operasionalisasi variabel	61
3.3	Populasi dan Sampel Penelitian	73
3.4	Metode Pengumpulan Data	75
3.5	Metode Analisis Data	77
3.5.1	Analisis Deskriptif	77
3.5.2	Uji Instrumen	79
3.5.3	Metode SEM PLS	83
3.5.4	Uji Efek Mediasi	94
4.	BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	96
4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian	96
4.1.1	Sejarah Organisasi	96
4.1.2	Lingkup dan Bidang Usaha	97
4.1.3	Sumber Daya	97
4.1.5	Kegiatan Fungsi Bisnis	98
4.2	Statistik Deskriptif	99
4.2.1	Deskripsi Responden	99
4.2.1	Deskripsi Variabel	104
4.3	Hasil Analisis Data	113
4.3.1	Hasil Uji Model Pengukuran (Outer Model)	113
4.3.2	Hasil Uji Model Struktural (Inner Model)	118
4.3.3	Hasil Uji Efek Mediasi	133
4.4	Pembahasan	135
4.4.1	Hubungan <i>product</i> dengan <i>repurchase intention</i>	135
4.4.2	Hubungan <i>price</i> dengan <i>repurchase intention</i>	136
4.4.3	Hubungan <i>promotion</i> dengan <i>repurchase intention</i>	137
4.4.4	Hubungan <i>place</i> dengan <i>repurchase intention</i>	138
4.4.5	Hubungan <i>product</i> dengan keputusan memilih sekolah	139
4.4.6	Hubungan <i>price</i> dengan keputusan memilih sekolah	140
4.4.7	Hubungan <i>promotion</i> dengan keputusan memilih sekolah	141
4.4.8	Hubungan <i>place</i> dengan keputusan memilih sekolah	142
4.4.9	Hubungan keputusan memilih sekolah dengan <i>repurchase intention</i>	143

4.4.10 Hubungan <i>product, price, promotion</i> , dan <i>place</i> dengan <i>repurchase intention</i> yang dimediasi oleh keputusan memilih sekolah	144
5. BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	148
5.1 Simpulan.....	148
5.2 Saran.....	152
5.2.1 Saran untuk Obyek Penelitian	152
5.2.2 Saran untuk Penelitian Selanjutnya	154
DAFTAR PUSTAKA.....	155
LAMPIRAN.....	162



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Sekolah Dasar Swasta di DKI Jakarta	2
Tabel 1.2 Persentase Perbandingan Jumlah Murid SD Swasta.....	2
Tabel 1.3 Faktor Pendorong Keputusan Orang Tua Memilih Sekolah Strada.....	8
Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu	33
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	70
Tabel 3.2 Penyebaran Jumlah Sampel Tiap Sekolah	75
Tabel 3.3 Skala Likert Pada Pertanyaan Tertutup.....	77
Tabel 3.4 Nilai R Hitung Instrumen Penelitian.....	81
Tabel 3.5 Tabel Ringkasan Uji Reliabilitas Konstruk	84
Tabel 3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	86
Tabel 3.7 Besaran Kekuatan Nilai R^2	90
Tabel 3.8 Besar Pengaruh Nilai F^2	91
Tabel 3.9 Besar Efek dari Q^2	92
Tabel 4.1 Sebaran Profil Demografis Responden	103
Tabel 4.2 Sebaran Nilai Hasil Kuesioner	104
Tabel 4.3 Persentase Rekap Sebaran Nilai Variabel Eksogen	108
Tabel 4.4 Rekap Sebaran Nilai Variabel Endogen.....	110
Tabel 4.5 Rekap Sebaran Nilai Variabel Endogen.....	112
Tabel 4.6 Hasil Uji Outer Model Pengukuran	113
Tabel 4.7 Nilai Cross Loading Correlation	116
Tabel 4.8 Kriteria Fornell-Locker	117
Tabel 4.9 Heterotrait-Monotrait Ratio	118
Tabel 4.10 Hasil Uji Kolinearitas.....	118
Tabel 4.11 Estimasi Signifikansi	121
Tabel 4.12 Rangkuman Hasil Uji Hipotesis.....	130
Tabel 4.13 R^2 pada Variabel Endogen.....	131
Tabel 4.14 Hasil Pengukuran Nilai F^2	131
Tabel 4.15 Predictive Relevance Q^2	132

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Partisipasi Anak Usia 0-6 Tahun yang Sedang/Pernah Sekolah	5
Gambar 2.1 Tingkatan Produk	22
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran Penelitian	55
Gambar 3.1 Desain Penelitian.....	57
Gambar 4.1 Sebaran Data Jenis Kelamin Responden.....	99
Gambar 4.2 Sebaran Data Usia Responden	100
Gambar 4.3 Sebaran Data Penghasilan Responden	101
Gambar 4.4 Sebaran Data Tingkat Pendidikan Responden	101
Gambar 4.5 Sebaran Data Agama Responden	102
Gambar 4.6 Sebaran Data Asal Suku Bangsa Responden	102



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Instrumen Kuesioner.....	162
Lampiran 2 Kuesioner Tesis (Google Form)	163
Lampiran 3 Rekap Survei.....	171
Lampiran 4 Uji Model Pengukuran Smart PLS	176
Lampiran 5 Hasil Pengolahan Smart PLS.....	177
Lampiran 6 Turnitin Similarity Check.....	179
Lampiran 7 Riwayat Hidup.....	201



UNIVERSITAS
MERCU BUANA