



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN
DISTRIBUSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN**

(Studi Pada Perusahaan Garment - PT Anugraha Wening Caranadwaya)



SAMSUL MUTTAQIN

55112110107

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

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

2015



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN
DISTRIBUSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN**

(Studi Pada Perusahaan Garment - PT Anugraha Wening Caranadwaya)

TESIS

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Pascasarjana
Program Studi Magister Manajemen

OLEH:
SAMSUL MUTTAQIN
55112110107

UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCA SARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
2015

PENGESAHAN

Judul : **Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Distribusi Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Perusahaan Garment – PT Anugraha Wening Caranadwaya)**

Bentuk Karya Akhir : Penelitian

Nama : **Samsul Muttaqin**

NIM : **55112110107**

Program : Pascasarjana Program Studi Magister Manajemen

Tanggal :



Pembimbing

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Dr. Rina Astini, ME

Direktur Pascasarjana

**Ketua Program
Studi Magister Manajemen**

Prof. Dr. Didik J. Rachbini

Dr. Augustina Kurniasih, ME

PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Distribusi Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Perusahaan Garment – PT Anugraha Wening Caranadwaya)

Bentuk Karya Akhir : Penelitian

Nama : Samsul Muttaqin

NIM : 55112110107

Program : Pascasarjana Program Studi Magister Manajemen

Tanggal :



Pembimbing

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Dr. Rina Astini, ME

Direktur Pascasarjana

Prof. Dr. Didik J. Rachbini

Ketua Program
Studi Magister Manajemen

Dr. Augustina Kurniasih, ME

PERNYATAAN

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

Judul : **Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Distribusi Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Perusahaan Garment – PT Anugraha Wening Caranadwaya)**

Bentuk Tesis : Penelitian

Nama : **Samsul Muttaqin**

NIM : **55112110107**

Program : Pascasarjana Program Studi Magister Manajemen

Tanggal :

Merupakan hasil studi pustaka, dan penelitian lapangan, sebagai karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Program Studi Magister Manajemen 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, Januari 2015

Samsul Muttaqin

PERNYATAAN

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

Judul : **Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Distribusi Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Perusahaan Garment – PT Anugraha Wening Caranadwaya)**

Bentuk Tesis : Penelitian

Nama : **Samsul Muttaqin**

NIM : **55112110107**

Program : Pascasarjana Program Studi Magister Manajemen

Tanggal :

Merupakan hasil studi pustaka, dan penelitian lapangan, sebagai karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Program Studi Magister Manajemen 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, Januari 2015



[Signature]
Samsul Muttaqin

KATA PENGANTAR

Alkhamdulillah, segala puji dan syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat, karunia dan ridho-Nya, sehingga penyusunan tesis dengan judul “PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN DISTRIBUSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN” ini dapat diselesaikan.

Tesis ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Magister Manajemen pada program studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta.

Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan ucapan terima kasih yang sebesar besarnya, kepada :

1. Ibu Dr. Rina Astini, ME, yang telah memberikan bimbingan, masukan dan saran kepada penulis untuk berdiskusi selama menjadi dosen pembimbing.
2. Ibu Dr. Augustina Kurniasih, ME, selaku Ketua program studi Pascasarjana Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Prof. Dr. Didik J. Rachbini selaku Direktur Pascasarjana Universitas Mercu Buana.
4. Keluarga tercinta, yang selalu memberikan dukungan dan motivasi mulia awal perkuliahan sampai dengan penulis menyelesaikan karya akhir ini.
5. Seluruh Dosen Program Pascasarjana Magister Manajemen Universitas Mercubuana.
6. Rekan-rekan mahasiswa Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.

7. Keluarga Besar PT Anugraha Wening Caranadyawa yang telah memberikan data dan informasi untuk penyusunan tesis ini.
8. Kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan tesis ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Dengan keterbatasan pengalaman, pengetahuan maupun pustaka yang ditinjau, penulis menyadari bahwa tesis ini masih banyak kekurangan dan perlu pengembangan lebih lanjut agar benar benar bermanfaat. Oleh sebab itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran agar tesis ini lebih sempurna serta sebagai masukan bagi penulis untuk penelitian dan penulisan karya ilmiah di masa yang akan datang.

Akhir kata, penulis berharap tesis ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua terutama untuk pengembangan ilmu pengetahuan, dan semoga Alloh SWT selalu memberikan kemudahan kepada kita semua.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Jakarta, Januari 2015

Penulis

DAFTAR ISI

<i>ABSTRACT</i>	i
ABSTRAK	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN.....	vi
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I	
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi dan Perumusan Masalah.....	7
1.2.1. Identifikasi Masalah.....	7
1.2.2. Rumusan Masalah.....	7
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian.....	8
1.3.1. Maksud Penelitian.....	8
1.3.2. Tujuan Penelitian.....	8
1.5. Manfaat dan Kegunaan Penelitian	9
1.4.1. Maksud Penelitian.....	9
1.4.2. Tujuan Penelitian	9
BAB II	
DISKRIPSI PERUSAHAAN.....	10
2.1. Sejarah Perusahaan	10
2.1.1 Sejarah Berdirinya Perusahaan	10
2.1.2. Kebijakan Mutu, Visi dan Misi Perusahaan.....	13
2.2. Lingkup dan Bidang Usaha	14
2.3. Sumber Daya.....	15

2.3.1. Sumber Daya Manusia.....	15
2.3.2. Sarana dan Prasana	16
2.3.3. Lingkungan Kerja	16
2.3.4. Struktur Organisasi	17
2.4. Tantangan Bisnis	19
2.5. Proses/Kegiatan Fungsi Bisnis	21
BAB III	
KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	24
3.1. Kajian Pustaka	24
3.1.1. Manajemen Pemasaran	24
3.1.2. Produk.....	26
3.1.3. Harga	32
3.1.4. Distribusi	39
3.1.5. Perilaku Konsumen.....	42
3.1.6. Loyalitas Pelanggan.....	44
3.2. Penelitian Terdahulu.....	51
3.3. Kerangka Pikir.....	54
3.4. Hipotesis	55
BAB IV	
METODE PENELITIAN	56
4.1. Jenis Desain Penelitian.....	56
4.2. Ruang Lingkup	56
4.3. Lokasi Penelitian	56
4.4. Variabel Penelitian	56
4.4.1. Definisi Konsep	57
4.4.2. Definisi Operasional	58
4.5. Populasi dan Sampel Penelitian.....	60
4.6. Jenis dan Sumber Data	60
4.7. Teknik Pengumpulan Data	60
4.8. Teknik Analisis Data	61
4.8.1. Uji Instrumen.....	62

4.8.2. Uji Asumsi Klasik	65
4.8.3. Uji Hipotesis.....	66
4.8.4. Analisis Regresi Linier Berganda	69
4.8.5. Korelasi Dimensi.....	70
BAB V	
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	71
5.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	71
5.2. Hasil Penelitian	71
5.2.1. Penyajian Data	71
5.2.2. Analisis Data	71
5.2.2.1. Uji Instrumen	72
5.2.2.2. Uji Asumsi Klasik	75
5.2.2.3. Uji Hipotesis	80
5.2.2.4. Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	83
5.2.2.5. Uji Korelasi antar Dimensi	84
5.3. Pembahasan Hasil Penelitian	85
BAB VI	
KESIMPULAN DAN SARAN	88
6.1. Kesimpulan	88
6.2. Saran.....	89
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN	93

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Pelanggan PT Anugraha.....	4
Tabel 1.2 Daftar Perbandingan Harga Coverall	5
Tabel 1.3 Daftar Keluhan Pelanggan.....	6
Tabel 3.1 Jenis Loyalitas	47
Tabel 3.2 Penelitian Terdahulu.....	51
Tabel 4.1 Definisi Operasional Variabel	58
Tabel 4.2 Korelasi antar Dimensi	70
Tabel 5.1 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk	72
Tabel 5.2 Hasil Uji Validitas Persepsi Harga	73
Tabel 5.3 Hasil Uji Validitas Distribusi	73
Tabel 5.4 Hasil Uji Validitas Loyalitas Pelanggan.....	74
Tabel 5.5 Hasil Uji Reliabilitas	75
Tabel 5.6 Hasil Uji Normalitas.....	76
Tabel 5.7 Hasil Uji Multikolinieritas.....	78
Tabel 5.8 Hasil Uji Koefisien Determinasi	80
Tabel 5.9 Hasil Uji Secara Simultan (Uji F)	81
Tabel 5.10 Perhitungan Koefisien Regresi	82
Tabel 5.11 Matrik Korelasi antar Dimensi	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Grafik Data Penjualan PT Anugraha.....	3
Gambar 2.1. Bagan Struktur Organisasi	18
Gambar 2.2. Bagan Proses Bisnis PT Anugraha.....	23
Gambar 3.1. Kerangka Pikir.....	54
Gambar 5.1. Grafik Uji Normlitas	77
Gambar 5.2. Grafik Uji Heteroskedastisitas	79



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Struktur Organisasi PT Anugraha.....	93
Lampiran 2. Proses Bisnis PT Anugraha.....	94
Lampiran 3. Daftar Kuesioner.....	95
Lampiran 4. Hasil Tabulasi Data Kuesioner.....	99
Lampiran 5. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	101
Lampiran 6. Hasil Uji Asumsi Klasik	109
Lampiran 7. Hasil Uji Hipotesis	115
Lampiran 8. Hasil Uji Korelasi antar Dimensi	117
Lampiran 9. Daftar Riwayat Hidup	118

UNIVERSITAS
MERCU BUANA