



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, DIFERENSIASI
PRODUK, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN CUSTOMER PT AIA FINANCIAL**



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Oleh :

BAMBANG

NIM : 55112110156

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2015**



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, DIFERENSIASI
PRODUK, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN CUSTOMER PT AIA FINANCIAL**

TESIS

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

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Oleh :

BAMBANG

NIM : 55112110156

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2015**

PENGESAHAN TESIS

Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Diferensiasi Produk,
dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian
Customer PT AIA FINANCIAL

Bentuk Tesis : Eksplanatif Kuantitatif

Nama : BAMBANG

NIM : 55112110156

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Tanggal : 30 April 2015

Mengesahkan
UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Pembimbing Utama



Dr. Baruna Hadibrata, SE., M.M

Direktur
Program 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 seluruh tulisan dan pernyataan dalam Tesis ini :

Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Diferensiasi Produk, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Customer PT AIA FINANCIAL

Nama : BAMBANG

NIM : 55112110156

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Tanggal : 30 April 2015

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar magister 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, 30 April 2015



Bambang

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat serta bimbingan-Nya, serta kepada orang tua penulis yang telah memberikan semangat dan dukungan baik moril maupun materil serta doa sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini.

Tesis yang berjudul “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, DIFERENSIASI PRODUK, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN CUSTOMER PT AIA FINANCIAL” merupakan karya ilmiah yang saya susun pada jenjang pendidikan S2 (Strata-2) Magister Manajemen, Universitas Mercu Buana, Jakarta.

Saya menyadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan tesis ini, saya banyak mengalami halangan dan hambatan namun semuanya ini tidak akan dapat teratasi tanpa dukungan, bantuan dan nasihat dari berbagai pihak dari saat awal hingga akhir. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang tak terhingga kepada :

1. Bapak Dr. Baruna Hadibrata, SE., MM selaku dosen pembimbing.
2. Prof. Dr. Didik J. Rachbini, selaku Direktur Program Pascasarjana beserta segenap jajarannya yang telah berupaya meningkatkan situasi kondusif di Fakultas.
3. Ibu Dr. Augustina Kurniasih, ME. selaku ketua program studi Magister Manajemen Mercu Buana

4. Seluruh Dosen dan Staf Administrasi Program Studi Magister Manajemen.
5. Orang Tua yang dengan penuh kasih sayang memberikan dukungan dan dorongan untuk penulis agar dapat menyelesaikan karya ilmiah ini
6. Sdri. Melia A. Wijaya, yang selalu mendukung dan memberikan semangat di saat tidak mampu melanjutkan karya ilmiah ini.
7. Pimpinan dan Rekan-Rekan di PT AIA FINANCIAL atas dukungan dan kerjasamanya.
8. Rekan-rekan seperjuangan MM Mercubuana atas dukungan semangatnya.

Akhir kata, penulis berharap tesis ini dapat berguna bagi pihak-pihak yang bersangkutan dan dapat memberikan informasi serta sebagai bahan acuan untuk penulisan tesis selanjutnya.

Jakarta,2015

Bambang

DAFTAR ISI

PENGESAHAN TESIS.....	ii
PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	15
1.1. Latar Belakang Masalah.....	15
1.2. Identifikasi dan Perumusan Masalah	20
1.2.1. Identifikasi Masalah.....	20
1.2.2. Perumusan Masalah	21
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian.....	21
1.4. Manfaat dan Kegunaan Penelitian	22
BAB II DESKRIPSI PERUSAHAAN	23
2.1. Sejarah Perusahaan.....	23
2.1.1. AIA Group	23
2.1.2. Sejarah AIA Financial.....	24
2.2. Lingkup dan Bidang Usaha.....	26
2.3. Visi dan Misi	27
2.4. Sumber Daya.....	28
2.4.1. Struktur Organisasi	28
2.4.2. Kantor Pemasaran	28

2.4.3.	Penghargaan PT AIA Financial	29
2.5.	Tantangan Bisnis.....	30
2.6.	Proses/Kegiatan Fungsi Bisnis.....	31
2.7.	Strategi Pemasaran	32

BAB III KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN

HIPOTESIS..... 34

3.1.	Kajian Pustaka.....	34
3.1.1.	Manajemen Pemasaran Jasa.....	34
3.1.2.	Konsep Pemasaran	36
3.1.3.	Kualitas Layanan.....	38
3.1.3.1.	Pengertian Kualitas	38
3.1.3.2.	Pengertian Layanan.....	39
3.1.3.3.	Pengertian Kualitas Layanan	41
3.1.3.4.	Dimensi Kualitas Layanan.....	45
3.1.4.	Produk	47
3.1.5.	Diferensiasi Produk.....	48
3.1.5.1.	Pengertian Diferensiasi Produk	48
3.1.5.2.	Dimensi Diferensiasi Produk.....	49
3.1.6.	Merek	52
3.1.6.1.	Citra Merek	55
3.1.7.	Keputusan Pembelian.....	58
3.2.	Penelitian Terdahulu	61
3.3.	Kerangka Pemikiran.....	63
3.4.	Hipotesis.....	65

BAB IV METODE PENELITIAN 66

4.1.	Jenis Desain Penelitian.....	66
4.2.	Ruang Lingkup/Fokus Penelitian.....	66
4.3.	Lokasi Penelitian.....	66
4.4.	Variabel Penelitian/Fenomena yang diamati	67
4.4.1.	Instrumen Penelitian.....	67

4.4.2.	Definisi Operasional.....	68
4.5.	Populasi dan Sampel Penelitian	70
4.5.1.	Populasi.....	70
4.5.2.	Sampel.....	70
4.6.	Jenis dan Sumber Data	71
4.6.1.	Data Primer	71
4.6.2.	Data Sekunder	71
4.7.	Teknik Pengumpulan Data.....	72
4.7.1.	Kuesioner	72
4.7.2.	Wawancara.....	73
4.8.	Metode Analisis Data	73
4.8.1.	Uji Instrumen	73
4.8.1.1.	Uji Validitas.....	74
4.8.1.2.	Uji Reliabilitas	75
4.8.2.	Uji Asumsi Klasik.....	76
4.8.2.1.	Uji Normalitas.....	76
4.8.2.2.	Uji Multikolinieritas	77
4.8.2.3.	Uji Heterokedastisitas.....	78
4.8.2.4.	Analisis Regresi Linier Berganda.....	78
4.8.3.	Pengujian Hipotesis.....	80
4.8.3.1.	Uji Signifikasi parameter Individual (Uji t).....	80
4.8.3.2.	Uji Signifikasi parameter Simultan (Uji f)	80
4.9.	Analisis Korelasi Antar Dimensi	81
BAB V HASIL DAN ANALISIS.....		82
5.1.	Gambaran Umum Responden	82
5.1.1.	Jenis Kelamin.....	82
5.1.2.	Usia Responden.....	83
5.1.3.	Tingkat Pendidikan Responden.....	84
5.1.4.	Tipe Produk dan Layanan yang Diminati	84
5.2.	Hasil Uji Instrumen	85

5.2.1.	Uji Validitas	85
5.2.2.	Uji Reliabilitas	88
5.3.	Uji Asumsi Klasik	89
5.3.1.	Uji Normalitas	89
5.3.1.1.	Analisis Statistik Normalitas	89
5.3.1.2.	Analisis Grafik Normalitas	90
5.3.2.	Uji Multikolinieritas	91
5.3.3.	Uji Heterokedastisitas	92
5.3.4.	Analisis Regresi Linier Berganda	93
5.4.	Pengujian Hipotesis.....	94
5.4.1.	Pengujian Parsial (Uji t).....	94
5.4.2.	Pengujian Simultan (Uji F)	96
5.4.3.	Pengujian Determinasi	96
5.5.	Hasil Uji Matriks Korelasi Antar Dimensi.....	97
5.6.	Pembahasan Hasil Penelitian	98
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....		102
6.1.	Kesimpulan	102
6.2.	Saran.....	104
DAFTAR PUSTAKA		106
LAMPIRAN.....		110
RIWAYAT HIDUP PENULIS.....		134

DAFTAR TABEL

TABEL 1.1 PENJUALAN PT AIA FINANCIAL.....	16
TABEL 1.2 KELUHAN DAN SARAN PELANGGAN PT AIA FINANCIAL	17
TABEL 2.1 PRODUK ASURANSI PT AIA FINANCIAL.....	26
TABEL 2.2 PENGHARGAAN PT AIA FINANCIAL	29
TABEL 3.1 DIMENSI KUALITAS LAYANAN MENURUT GRONROOS	45
TABEL 3.2 ELEMEN MEREK	53
TABEL 3.3 PENELITIAN TERDAHULU.....	61
TABEL 4.1 DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL PENELITIAN	68
TABEL 4.2 MATRIKS KORELASI DIMENSI ANTAR VARIABEL (BEBAS DAN TERIKAT)	81
TABEL 5.1 VALIDITAS KUALITAS LAYANAN.....	86
TABEL 5.2 VALIDITAS DIFERENSIASI PRODUK.....	86
TABEL 5.3 VALIDITAS CITRA MEREK	87
TABEL 5.4 VALIDITAS KEPUTUSAN PEMBELIAN.....	87
TABEL 5.5 RELIABILITAS VARIABEL.....	88
TABEL 5.6 UJI KOLMOGOROV SMIRNOV	89
TABEL 5.7 UJI MULTIKOLINERITAS.....	91
TABEL 5.8 HASIL ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA	93
TABEL 5.9 UJI STATISTIK T.....	95
TABEL 5.10 UJI STATISTIK F	96
TABEL 5.11 KOEFISIEN DETERMINASI.....	97
TABEL 5.12 HASIL UJI MATRIKS KORELASI ANTAR DIMENSI.....	97

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1.1 DIAGRAM HASIL PRE-TEST DIFERENSIASI PRODUK.....	18
GAMBAR 1.2 TOP BRAND AWARD UNTUK ASURANSI JIWA 2014.....	19
GAMBAR 2.1 STRUKTUR ORGANISASI PT AIA FINANCIAL	28
GAMBAR 2.2 PROSES BISNIS PT AIA FINANCIAL	32
GAMBAR 3.1 SIMPLE MODEL OF THE MARKETING PROCESS	38
GAMBAR 3.2 MODERN MARKETING SYSTEM.....	38
GAMBAR 3.3 GAP KUALITAS LAYANAN.....	45
GAMBAR 3.4 KORELASI ANTAR DIMENSI KUALITAS LAYANAN DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN	47
GAMBAR 3.5 KORELASI ANTAR DIMENSI DIFERENSI PRODUK DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN.....	51
GAMBAR 3.6 DIMENSI CITRA MEREK	57
GAMBAR 3.7 KORELASI ANTAR DIMENSI CITRA MEREK DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN.....	57
GAMBAR 3.8 PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN	59
GAMBAR 3.9 TAHAP EVALUASI ALTERNATIF DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN.....	60
GAMBAR 3.10 PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN.....	61
GAMBAR 3.11 MODEL PENELITIAN	64
GAMBAR 5.1 KARAKTERISTIK JENIS KELAMIN.....	82
GAMBAR 5.2 USIA RESPONDEN	83
GAMBAR 5.3 TINGKAT PENDIDIKAN RESPONDEN.....	84
GAMBAR 5.4 TIPE PRODUK DAN LAYANAN YANG DIMINATI	85
GAMBAR 5.5 HISTOGRAM NORMALITAS.....	90
GAMBAR 5.6 KURVA NORMALITAS DATA.....	90
GAMBAR 5.7 SCATTERPLOT PENGUJIAN HETEROKEDASTISITAS	92

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 : KUESIONER PRE TEST DIFERENSIASI PRODUK.....	110
LAMPIRAN 2 : JAWABAN KUESIONER PRE TEST DIFERENSIASI PRODUK.....	110
LAMPIRAN 3 : SUMMARY PRE TEST DIFERENSIASI PRODUK	111
LAMPIRAN 4 : DIAGRAM HASIL PRE TEST DIFERENSIASI PRODUK	111
LAMPIRAN 5 : KUESIONER	112
LAMPIRAN 6 : JAWABAN HASIL KUESIONER.....	114
LAMPIRAN 7 : DATA INTERVAL KUESIONER.....	119
LAMPIRAN 8 : HASIL OLAH PROFILE RESPONDEN	124
LAMPIRAN 9 : HASIL UJI SPSS.....	125
LAMPIRAN 12 : TABEL DISTRIBUSI T.....	132
LAMPIRAN 13 : TABEL DISTRIBUSI F.....	133

