



**ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN
TOXIN BINDER DAN IMPLIKASINYA TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN**

TESIS

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**MAYA MAYRORA
55117120143**

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2020**



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN
TOXIN BINDER DAN IMPLIKASINYA TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN**



TESIS

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

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**MAYA MAYRORA
55117120143**

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2020**

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Analisis Keputusan Pembelian *Toxin Binder* dan Implikasinya Terhadap Loyalitas Pelanggan

Bentuk Tesis : Kajian Masalah Perusahaan

Nama : Maya Mayrora

NIM : 55117120143

Program : Pascasarjana Magister Manajemen

Tanggal : Desember 2020

Mengesahkan
Pembimbing Utama



UNIVERSITAS
(Ir. Har Adi Basri, M.Ec., Ph.D)
MERCU BUANA

Direktur Program Pascasarjana

Ketua Program Studi Magister Manajemen



(Prof. Dr. Ing. Mudrik Alaydrus)



(Dudi Permana, Ph.D)

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh :

Nama : Maya Mayrora

NIM : 55117120143

Program Studi : Magister Manajemen

Dengan judul :

“Analisis Keputusan Pembelian *Toxin Binder* dan Implikasinya Terhadap Loyalitas Pelanggan”,

telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 16 November 2020, didapatkan nilai persentase sebesar 30 %.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Jakarta, 16 November 2020
Administrator Turnitin



Arie Pangudi, A.Md

LEMBAR PERNYATAAN

Naya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini:

Judul : Analisis Keputusan Pembelian *Toxin Binder* dan Implikasinya Terhadap Loyalitas Pelanggan

Bentuk Proposal : Kajian Masalah Perusahaan

Nama : Maya Mayrora

NIM : 55117120143

Program : Pascasarjana Magister Manajemen

Tanggal : Desember 2020

Merupakan hasil penelitian 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.

Jakarta, Desember 2020



Maya Mayrora

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of product quality, product availability and perceived price on purchase decision and the implications on customer loyalty. Customers of PT XYZ were taken as a case study. Both primary and secondary data were employed. Secondary data were gathered from various sources such as journals, books and other related publications. Primary data were gathered using questionnaire which were distributed to the target respondents. Using an accidental sampling technique, total respondents of 100 were gathered. Path analysis was employed in this study. The results showed that product quality, products availability and perceived price had a significant effect on purchasing decision. It was also found that product quality, products availability and purchasing decision had a significant effect on customer loyalty. At the managerial level, this study contributes to the PT XYZ to improve product availability and quality of products if it wants to increase purchase decision and customer loyalty.

Keywords: Product Quality, Product Availability, Perceived Price, Purchase Decision and Customer Loyalty.



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, ketersediaan produk dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian dan implikasinya terhadap loyalitas pelanggan. Pelanggan dari PT XYZ diambil sebagai responden, baik data primer dan sekunder digunakan dalam penelitian. Data sekunder diambil dari berbagai sumber seperti jurnal, buku dan data lainnya. Data primer dikumpulkan menggunakan kuesioner yang didistribusikan pada target responden. Menggunakan teknik *accidental sampling*, total responden yang dikumpulkan sejumlah 100 responden. Analisis jalur diterapkan dalam penelitian ini. Hasilnya menunjukkan bahwa kualitas produk, ketersediaan produk dan persepsi harga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Ditemukan bahwa kualitas produk, ketersediaan produk dan keputusan pembelian memiliki pengaruh signifikan terhadap konsumen loyal. Pada tataran manajerial, penelitian ini memberi sumbangan kepada PT XYZ untuk meningkatkan ketersediaan produk dan kualitas produk jika ingin keputusan pembelian dan loyalitas pelanggan meningkat.

Kata kunci : Kualitas Produk, Ketersediaan Produk, Persepsi Harga, Keputusan Pembelian dan Loyalitas Pelanggan.



KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa serta atas segala rahmat dan karunia-Nya, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tesis yang berjudul Analisis Keputusan Pembelian *Toxin Binder* dan Implikasinya Terhadap Loyalitas Pelanggan.

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 terima kasih kepada pihak yang secara langsung dan tidak langsung memberikan kontribusi dalam penyelesaian proposal ini. Secara khusus pada kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih kepada :

1. Ir. Har Adi Basri, M.Ec,Ph.D. selaku pembimbing utama yang telah membimbing dan mengarahkan penulis selama penyusunan Tesis ini dari awal hingga Tesis ini dapat diselesaikan.
2. Dr. Mirza., ST., MM. selaku penelaah pada Seminar Proposal Tesis.
3. Dr. M. Mukti Ali, MM. selaku penelaah pada Seminar Hasil Tesis.
4. Dr. Ririn Wulandari., SE., MM. selaku Ketua Sidang dan penelaah pada Sidang Akhir Tesis.
5. Dr. Mudji Sabar., SE., MBA. selaku penelaah pada Sidang Akhir Tesis.
6. Direktur Program Pascasarjana, Prof. Dr. Ing. Mudrik Alaydrus, beserta segenap jajarannya yang telah berupaya meningkatkan situasi kondusif di Fakultas.
7. Dudi Permana, Ph.D. selaku Ketua Program Studi.
8. Dr. Lenny Christina Nawangsari, M.M. selaku Sekretaris Program Studi.
9. Para dosen yang telah mengajarkan dan berbagi ilmu selama masa perkuliahan di Magister Manajemen Universitas Mercu Buana dan staf administrasi Program Studi Magister Manajemen, termasuk teman-teman

Magister Management Universitas Mercu Buana yang telah memberikan bantuan, pengalaman, pelajaran berharga serta motivasi yang selalu diberikan selama perkuliahan dan penyelesaian Tesis ini.

10. Keluarga saya, khususnya orang tua yang telah memberikan doa, dukungan dan semangat tanpa henti.

Kiranya hasil penulisan ini dapat memberi sumbangsih dalam meningkatkan kualitas layanan dalam industri nutrisi pakan ternak.

Jakarta, Desember 2020



Penulis

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN SIMILARITY	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	iii
ABSTRACT	iv
ABTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah	11
1.3. Rumusan Masalah	12
1.4. Maksud dan Tujuan Tesis.....	12
1.5. Manfaat dan Kegunaan Tesis	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	14
2.1. Kualitas Produk	14
2.2. Ketersediaan Produk.....	19
2.3. Persepsi Harga	24
2.4. Keputusan Pembelian	28
2.5. Loyalitas Pelanggan.....	34
2.6. Penelitian Terdahulu.....	40
2.7. Kerangka Pemikiran	41
2.8. Hipotesis	42

BAB III METODE PENELITIAN	44
3.1. Desain Penelitian	44
3.2. Variabel dan Pengukuran Variabel.....	44
3.3. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	46
3.4. Data dan Metode Pengumpulan Data	52
3.5. Populasi dan Metode Sampling.....	55
3.6. Metode Analisis.....	56
3.7. Uji Instrumen.....	57
3.8. Uji Asumsi Klasik	59
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	64
4.1. Sejarah Singkat Perusahaan.....	64
4.2. Lingkup Bidang Usaha dan Sumber Daya,	64
4.3. Tantangan dan Proses Bisnis di Perusahaan.....	65
4.4. Hasil Penelitian.....	65
4.5. Karakteristik Responden	66
4.6. Penyajian Data.....	68
4.7. Statistik Deskriptif Data Penelitian	69
4.8. Uji Instrumen, Hasil Uji Validitas dan Hasil Uji Reabilitas	70
4.9. Hasil Asumsi Klasik.....	73
4.10. Pengujian Sub Struktur 1	78
4.11. Pengujian Sub Struktur 2.....	82
4.12. Kesimpulan Pengujian Sub Struktur 1 dan 2.....	86
4.13. Matriks Korelasi Antar Dimensi	89
4.14. Pembahasan	92
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	101
5.1. Kesimpulan.....	101
5.2. Saran	104

DAFTAR PUSTAKA	111
LAMPIRAN.....	114
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	149



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	41
Gambar 4.1 Uji Normalitas	74
Gambar 4.2 Uji Heteroskedastisitas	77
Gambar 4.3 Kausal Empiris Antar Jalur Sub Struktur 1 dan 2	86



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Perusahaan Ayam Pedaging.....	6
Tabel 1.2 Jumlah Perusahaan Ayam Petelur	6
Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu	40
Tabel 3.1 Definisi Operasional.....	48
Tabel 4.1 Karakteristik Responden	67
Tabel 4.2 Statistik Deskriptif.....	69
Tabel 4.3 Hasil Pengujian Validitas	72
Tabel 4.4 Reability Statistic Kualitas Produk	73
Tabel 4.5 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov Test	75
Tabel 4.6 Uji Multikolinieritas	76
Tabel 4.7 Uji Sub Struktur 1.....	79
Tabel 4.8 Uji Sub Struktur 2.....	83
Tabel 4.9 Pengaruh Langsung, Tidak Langsung dan Pengaruh Total.....	87
Tabel 4.10 Matriks Korelasi Antar Dimensi	90



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Pengecekan Similarity dengan Sistem Turnitin	114
Lampiran 2 Kuesioner	131
Lampiran 3 Hasil Pra Survey	144
Lampiran 4 Uji Korelasi.....	145
Lampiran 5 Uji Asumsi Klasik.....	147
Lampiran 6 Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov	148
Lampiran 7 Uji Reabilitas	148
Lampiran 8 Uji Statistik Deskriptif.....	149
Lampiran 9 Uji Sub Analisis Jalur 1	150
Lampiran 10 Uji Sub Analisis Jalur 2	151



UNIVERSITAS
MERCU BUANA