



“Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian yang Berdampak Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi kasus PT. Astra Credit Companies)”



UNIVERSITAS
OLEH
AGUNG NUGROHO SAPUTRA
(55118110129)

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



“Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian yang Berdampak Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi kasus PT. Astra Credit Companies)”

TESIS

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

OLEH

AGUNG NUGROHO SAPUTRA

(55118110129)

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN

PROGRAM PASCASARJANA

UNIVERSITAS MERCU BUANA

2020

PENGESAHAN TESIS

Judul : Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian yang Berdampak Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi kasus PT. Astra Credit Companies)

Nama : AGUNG NUGROHO SAPUTRA

NIM : 55118110129

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 27 Juni 2020

Mengesahkan
Pembimbing

U NUGROHO S
Prof. Dr. Djurnarno, MBA A S

MERCU BUANA

Direktur Program Pascasarjana

Ketua Program Studi Magister Manajemen



Prof. Dr. Ing Mudrik Alaydrus



Dudi Permana, ST., MM., Phd., CPM

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

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

Nama : Agung Nugroho Saputra
NIM : 55118110129
Program : Magister Manajemen
Studi : Marketing

Dengan judul “(Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian yang Berdampak Terhadap Kepuasan Pelanggan Studi kasus PT. Astra Credit Companies)” telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan system turnitin pada tanggal 12 Januari 2021, didapatkan nilai persentase sebesar 19%.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 12 January 2020

Administrator Turnitin



Arie Pangudi, A.Md

PERNYATAAN

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

Judul : Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian yang Berdampak Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi kasus PT. Astra Credit Companies)

Bentuk Tesis : Penelitian

Nama : AGUNG NUGROHO SAPUTRA

NIM : 55118110129

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 27 Juni 2020

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Prgram Studi Magister Manajemen Prgram 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,



Agung Nugroho Saputra

ABSTRACT

Abstract: *This research aims to discovered and analyzed those variables regarding their influence over purchasing decisions such as service quality and product quality variables and their impact towards customer satisfaction. Research population was all regular customers from PT. Astra Credit Companies Bintaro branch office while the sample amounted to 92 respondents (Slovin, 10% error tolerance). Data analysis methods used SmartPLS program which had alternative model of convariance based SEM. The results showed that: 1) Services quality had significant positive impact towards purchase decisions; 2) Product quality had significant positive influence towards purchase decisions; 3) Services quality had significant positive impact against customer satisfaction; 4) Product quality had significant positive impact on customer satisfaction; 5) Purchasing decisions had significant positive influence on customer satisfaction variables; 6) Services quality indirectly impact customer satisfaction positive and significantly through purchase decisions ; and 7) Product quality indirectly impact customer satisfaction positively through purchase decisions.*

Keywords: *Services quality, product quality, purchase decisions, customer satisfaction.*



ABSTRAK

Abstract: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian serta dampaknya kepada kepuasan pelanggan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan tetap PT. Astra Credit Companies cabang Bintaro, sedangkan sampel pada penelitian ini berjumlah 92 responden (Slovin, 10% error tolerance). Metode analisis data pada penelitian ini menggunakan program SmartPL Syang merupakan model alternative dari covariance based SEM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian; 2) Kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian; 3) Kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan; 4) Kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan; 5) Keputusan pembelian berpengaruh secara positif signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan; 6) Kualitas pelayanan secara tidak langsung memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian; dan 7) Kualitas produk secara tidak langsung memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian.

Keywords: Kualitas pelayanan, kualitas produk, keputusan pembelian, kepuasan pelanggan.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang senantiasa melimpahkan nikmat dan anugerah-Nya kepada penulis sehingga bisa menyusun serta menyelesaikan Tesis ini dengan baik dan tepat waktu. Tesis ini berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian yang Berdampak Terhadap Kepuasan Pelanggan (studi kasus PT. Astra Credit Companies)”. Penulisan tesis ini merupakan salah satu pemenuhan syarat untuk memperoleh gelar Strata-2 Fakultas Pascasarjana Jurusan Magister Manajemen Pemasaran.

Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan kepada penulis secara langsung maupun tidak langsung selama proses penyusunan tesis ini kepada, yaitu:

1. Dudi Permana, ST., MM., Phd., CPM. Selaku Ketua Program Studi Pascasarjana Magister Manajemen.
2. Djumarno, Prof. Dr, MBA selaku Dosen Pembimbing yang telah membantu serta bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan arahan dalam penyusunan proposal tesis ini.
3. Kedua orang tua dan saudara kandung yang turut memberikan dukungan, baik secara moral dan spiritual selama penyusunan dan penyelesaian tesis penulis.
5. Kepada Miffa Fernia, Tika Rizky dan Rifky Fergiansyah yang telah memberikan banyak dukungan dan bantuan selama penulis menyelesaikan tesis ini.
6. Kepada teman-teman kampus Agung, Yuda, Ayu Shintami, Ajeng, Eka, Hilba, Septian, Annisa Nabila lubis Serta teman-teman rekan kerja PT. Astra Credit Companies, Michael, Melvi, Farid, Bani, Nova, Deby, Baron, Reyom, Titin dan Bayu yang telah menyemangati penulis selama menyelesaikan tesis ini.
7. Kepada Heri Rahmanto selaku *Brand Manager* dan Michael Sianpar selaku *Sales Head* PT. Astra Credit Companies yang telah menyediakan waktu untuk memberikan informasi.

8. Terimakasih kepada teman-teman seperjuangan dan *staff* Pascasarjana Magister Manajemen.

Penulis menyadari bahwa penulisan tesis ini tidak luput dari adanya kesalahan dan kekurangan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan adanya masukan serta kritik dari pembaca agar tesis ini bisa menjadi lebih baik lagi. Atas perhatiannya penulis mengucapkan terima kasih.

Jakarta, 3 Oktober 2020

Agung Nugroho Saputra



DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN <i>SIMILARITY CHECK</i>	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TESIS	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah Penelitian	6
1.3. Rumusan Masalah Penelitian	7
1.4. Batasan Masalah Penelitian	8
1.5. Tujuan Masalah Penelitian	8
1.6. Manfaat Penelitian	9
1.6.1. Manfaat Perusahaan	9
1.6.2. Manfaat Ilmu Pengetahuan	9
1.6.3. Manfaat Peneliti	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIR, DAN HIPOTESIS	10
2.1. Lembaga Pembiayaan	10
2.2. Kajian Pustaka	10
2.3. Landasan Teori	18
2.3.1. Konsep Kepuasan	18
2.3.1.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan	18
2.3.1.2. Faktor Yang Menentukan Tingkat Kepuasan	21

2.3.1.3. Indikator Kepuasan Pelanggan	22
2.3.1.4. Pengukuran Kepuasan	23
2.3.2. Konsep Kualitas	25
2.3.2.1. Pengertian Kualitas	25
2.3.2.2. Kualitas Layanan(Service Quality)	25
2.3.2.3. Dimensi Kualitas Layanan	26
2.3.3. Kualitas Produk	29
2.3.4. Keputusan Pembelian	30
2.4. Kerangka Pemikiran	32
2.5. Hipotesis	33
BAB III METODE PENELITIAN	38
3.1. Waktu dan Tempat Penelitian	38
3.2. Jenis Desain Penelitian	38
3.3. Variabel Penelitian	38
3.4. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	39
3.5. Populasi dan Sampel Penelitian	43
3.6. Teknik Pengumpulan Data	44
3.7. Metode Analisis Data	44
3.7.1. Skala Pengukuran Variabel	45
3.7.2. Uji Instrumen	46
3.7.2. Uji Kualitas Data	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	49
4.1. Deskripsi Perusahaan	49
4.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan	49
4.2. Hasil Penelitian	50
4.2.1 Analisa Deskripsi Responden	51
4.2.2 Analisis Deskriptif Pertanyaan Kuesioner	53
4.3. Analisa dan Pembahasan	58
4.3.1. Pengujian Model Measurement (<i>Outer Model</i>)	58
4.3.1.1 Uji Validitas	60

4.3.1.2 Uji Reabilitas	69
4.3.2. Pengujian Struktural Model (<i>Inner Model</i>)	71
4.3.2.1 Uji Koefisien Determinasi / R Square (R^2)	71
4.3.2.2 Memvalidasi Model Struktural secara keseluruhan dengan <i>Goodness on Fit Index</i> (GoF)	72
4.3.2.3 Uji Hipotesis	73
4.3.3. Pembahasan	79
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	85
5.1 Kesimpulan	85
5.2. Saran	87
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN	94



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Data Peringkat Perusahaan Multifinance di Indonesia	2
Tabel 1.2. Perkembangan Jumlah Pelnggan PT. Astra Credit Companies	5
Tabel 1.3. Data Pra-survei	5
Tabel 2.1. Daftar Penelitian Terdahulu	11
Tabel 3.1. Operational Variabel Penelitian	36
Tabel 4.1. Deskripsi Karakteristik Responden	47
Tabel 4.2. Deskripsi Data Hasil Pertanyaan Kuesioner Variabel Kualitas Pelayanan (X ₁)	50
Tabel 4.3. Deskripsi Data Hasil Pertanyaan Kuesioner Variabel Kualitas Produk (X ₂)	51
Tabel 4.4. Deskripsi Data Hasil Pertanyaan Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian (Y)	52
Tabel 4.5. Deskripsi Data Hasil Pertanyaan Kuesioner Variabel Kepuasan Pelanggan (Z)	53
Tabel 4.6. Nilai <i>Loading Factor</i> dari Variabel Kualitas Pelayanan (X ₁)	57
Tabel 4.7. Nilai <i>Loading Factor</i> dari Variabel Kualitas Produk (X ₂)	59
Tabel 4.8. Nilai <i>Loading Factor</i> dari Variabel Kualitas Keputusan Pembelian (Y)	60
Tabel 4.9. Nilai <i>Loading Factor</i> dari Variabel Kepuasan Pelanggan (Z)	62
Tabel 4.10. Nilai <i>Cross Loading</i> dari Setiap Variabel dan Konstruk Model Penelitian	63
Tabel 4.11. AVE (<i>Average Variance Extraction</i>) Model Penelitian	64
Tabel 4.12. Nilai <i>Composite Reliability</i> dari Model Penelitian	66
Tabel 4.13. Nilai <i>R Square (R²)</i> dari Model Penelitian	67
Tabel 4.14. Nilai <i>Path Coefficient, t-Statistics dan P-Value</i>	70
Tabel 4.15. Nilai <i>Indirect Effect</i>	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2. Konsep Kepuasan Pelanggan	22
Gambar 2.3. Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan	29
Gambar 2.4. Model Proses Keputusan Pembelian	30
Gambar 2.5. Kerangka Pemikiran Penelitian	32
Gambar 4.1. Model Nilai Antar Konstruk dan Dimensi Model Penelitian Kepuasan Pelanggan	55
Gambar 4.2. Nilai <i>Loading Factor</i> dari Variabel Kualitas Pelayanan (X_1)	57
Gambar 4.3. Nilai <i>Loading Factor</i> dari Variabel Kualitas Produk (X_2)	58
Gambar 4.4. Nilai <i>Loading Factor</i> dari Variabel Keputusan Pembelian (Y) ..	60
Gambar 4.5. Nilai <i>Loading Factor</i> dari Variabel Kepuasan Pelanggan (Z) ...	61
Gambar 4.6. Model Koefisien jalur dan t Statistics Struktural Model Penelitian	70

DAFTAR LAMPIRAN

1.KUISIONER PENELITIAN	94
2.LAMPIRAN MENGENAI PLS.....	102

