



**ANALISIS PERSEPSI HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN
HUBUNGAN PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
SERTA IMPLIKASINYA TERHADAP MINAT MELAKUKAN
SERTIFIKASI ULANG DENGAN PT UKS**

TESIS

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Program Pascasarjana
Program Studi Magister Manajemen

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

RENDI SUTRISNO

55118320013

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCUBUANA
2021**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan bukti empiris mengenai ada dan tidaknya pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan dan Hubungan Pemasaran terhadap Kepuasan Pelanggan serta Implikasinya terhadap Minat Melakukan Sertifikasi Ulang (Studi Kasus di PT UKS). Penelitian ini menggunakan metode analisis data SEM (Structural Equation Modeling) dan dioperasikan menggunakan aplikasi AMOS 24.0. Penelitian ini menggunakan data primer berupa kuesioner dan dibagikan kepada 225 (dua ratus dua puluh lima) perusahaan yang merupakan pelanggan PT UKS. Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa semua variable independen berpengaruh terhadap variable dependen. Dalam hal ini persepsi harga dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan melakukan sertifikasi ulang di PT UKS. Sedangkan hubungan pemasaran secara tidak langsung melalui kepuasan pelanggan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan melakukan sertifikasi ulang di PT UKS.

Kata kunci: Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Hubungan Pemasaran, Kepuasan Pelanggan, Minat Melakukan Sertifikasi Ulang.

ABSTRACT

This study aims to provide empirical evidence regarding the influence of Price Perception, Service Quality and Marketing Relations on Customer Satisfaction and the Implications for Re-certification Intention (Case Study at PT UKS). This study uses the SEM (Structural Equation Modeling) method analysis and is operated using the AMOS 24.0 application. This study uses primary data in the form of a questionnaire and is distributed to 225 (two hundred and twenty five) companies that are customers of PT UKS. Based on the results of the analysis, it is known that all independent variables have effect on the dependent variable. In this case, the price perception and service quality have a significant influence on the decision of the customer to re-certify at PT UKS. Meanwhile, marketing relations indirectly through customer satisfaction has a significant influence on the decision of the customer to re-certify at PT UKS.

Keywords: Price Perception, Service Quality, Marketing Relations, Customer Satisfaction, Repurchase / Recertification Intention.

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Analisis Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, dan Hubungan Pemasaran terhadap Kepuasan Pelanggan serta Implikasinya terhadap Minat Melakukan Sertifikasi Ulang dengan PT UKS


Nama : Rendi Sutrisno

NIM : 55118320013

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 6 September 2021

Mengesahkan,
Pembimbing

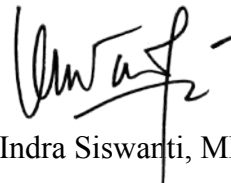

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
(Dr. Adi Nurmahdi, MBA)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi
Magister Manajemen



(Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE, M.Si)



(Dr. Indra Siswanti, MM)

LEMBAR PERNYATAAN

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

Judul : Analisis Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, dan Hubungan Pemasaran terhadap Kepuasan Pelanggan serta Implikasinya terhadap Minat Melakukan Sertifikasi Ulang dengan PT UKS.

Bentuk Tesis : Penelitian / Kajian Masalah Perusahaan

Nama : Rendi Sutrisno

NIM : 55118320013

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 6 September 2021

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.

Jakarta, 6 September 2021



(Rendi Sutrisno)

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

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

Nama : RENDI SUTRISNO
NIM : 55118320013
Program Studi : MAGISTER

dengan judul

“Analisis Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, dan Hubungan Pemasaran terhadap Kepuasan Pelanggan serta Implikasinya terhadap Minat Melakukan Sertifikasi Ulang dengan PT UKS”,

telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 29/07/2021, didapatkan nilai persentase sebesar 23 %.

Jakarta, 29 Juli 2020

Administrator Turnitin


Arie Pangudi, A.Md

KATA PENGANTAR

Puji Syukur senantiasa kita panjatkan kepada Allah SWT, karena atas limpahan karunia, rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis dengan judul “Analisis Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Hubungan Pemasaran terhadap Kepuasan Pelanggan serta Implikasinya terhadap Minat Melakukan Sertifikasi Ulang dengan PT UKS”. Tesis ini merupakan salah satu persyaratan yang harus ditempuh untuk kelulusan program Pascasarjana Magister Manajemen, Universitas Mercu Buana.

Dalam penyusunan tesis ini penulis telah mendapatkan banyak bantuan, motivasi, bimbingan dan arahan yang sangat membantu dan berarti dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua yang telah merawat dan membesarkan serta menanamkan pentingnya pendidikan kepada penulis.
2. Bapak Dr. Adi Nurmahdi, MBA selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu dan pikirannya sehingga Tesis ini dapat terselesaikan.
3. Bapak Dr. Afriapollo Syafarudin, SE, MM selaku penguji seminar Tesis yang telah memberikan masukan yang bermanfaat.
4. Bapak Mas Wahyu Wibowo, Ph. D selaku dosen penguji siding Tesis yang telah memberikan saran-saran yang bermanfaat.
5. Seluruh staff pengajar Pascasarjana Magister Manajemen dan Civitas Universitas Mercu Buana yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan pengalaman selama penulis menuntut ilmu di Universitas Mercu Buana.
6. Rekan-rekan seperjuangan Program Magister Manajemen dan teman-teman lainnya yang telah memberikan dukungan kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa Tesis ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu masukan baik berupa kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan penulis untuk perbaikan di masa yang akan datang.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1.Latar Belakang Masalah	1
1.2.Identifikasi Masalah	10
1.3.Pembatasan Masalah	11
1.4.Rumusan Masalah	11
1.5.Maksud dan Tujuan Penelitian	12
1.6.Manfaat Penelitian	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	15
2.1.Kajian Pustaka	15
1) Produk Jasa	15
2) Manajemen Pemasaran	17
3) Persaingan Bisnis Jasa	19
4) Persepsi Harga	21
5) Kualitas Pelayanan	23
6) Hubungan Pemasaran	27
7) Kepuasan Pelanggan	31
8) Minat Pembelian Ulang	34
2.2.Penelitian Terdahulu	36
2.3.Kerangka Pemikiran	42
2.4.Hipotesis	43
BAB III METODE PENELITIAN	45
3.1.Jenis Penelitian dan Variabel Penelitian	45
1) Jenis Penelitian	45
2) Variabel Penelitian	46
3.2.Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	47
3.3.Populasi, Sampel dan Teknik Sampling	50
1) Populasi	50
2) Sampel dan Teknik Sampling	51
3.4.Metode Pengumpulan Data	52

1) Jenis Data	52
2) Metode Pengumpulan Data	52
3) Metode Analisis Data	54
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	60
4.1 Gambaran Umum PT UKS	60
4.2 Gambaran Umum Responden Penelitian	60
4.3 Analisa Deskriptif	62
4.4 Uji Prasyarat SEM	66
4.4.1 Uji Normalitas	66
4.4.2 Uji Multikolinieritas	67
4.5 Uji Instrumen	68
4.5.1 Uji Validitas	68
4.5.2 Uji Reliabilitas	70
4.6 Pengujian Model Pengukuran	71
4.7 Analisis Model Struktural	71
4.8 Pembahasan	77
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	84
5.1 Kesimpulan	84
5.2 Saran	87
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN – LAMPIRAN	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Survei Perbandingan Sertifikasi ISO 2017 & 2018	2
Gambar 1.2 Grafik Peningkatan Jumlah Klien Tidak Sertifikasi Ulang.....	5
Gambar 1.3 Hasil Survei Kepuasan Pelanggan PT UKS.....	6
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	43
Gambar 4.1 <i>Full Structural Mode Unstrandardized</i>	72
Gambar 4.2 <i>Full Structural Mode Standardized</i>	72



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Perusahaan Bersertifikat ISO di Indonesia.....	3
Tabel 1.2 Hasil Pra-survei.....	9
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	37
Tabel 3.1 Tabel Variabel Operasional	47
Tabel 3.2 Skala Likert Pertanyaan Tertutup	53
Tabel 4.1 Karakteristik Responden	61
Tabel 4.2. Deskriptif Variabel Persepsi Harga.....	62
Tabel 4.3 Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan	63
Tabel 4.4 Deskriptif Variabel Hubungan Pemasaran.....	64
Tabel 4.5 Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan	65
Tabel 4.6 Deskriptif Variabel Minat Melakukan Sertifikasi Ulang.....	65
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas	66
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinieritas	68
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Berdasarkan Nilai <i>Factor Loading</i>	68
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Berdasarkan Nilai <i>Average Variance Extracted</i>	69
Tabel 4.11 Uji Reliabilitas	70
Tabel 4.12 Rekapitulasi Uji <i>Goodness of Fit Index</i>	71
Tabel 4.13 Hipotesis.....	73
Tabel 4.14 Uji Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung	76