



**ANALISIS KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SERTA
DAMPAKNYA KEPADA KEPUASAN PELANGGAN SEPEDA
MOTOR HONDA BEAT DI DAERAH TANGERANG**



UNIVERSITAS
CHRISTIANTO HADISISWANTO PUTRO
55117110223
MERCU BUANA

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2020**



**ANALISIS KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SERTA
DAMPAKNYA KEPADA KEPUASAN PELANGGAN SEPEDA
MOTOR HONDA BEAT DI DAERAH TANGERANG**

TESIS

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

UNIVERSITAS
CHRISTIANTO HADISISWANTO PUTRO
55117110223

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2020**

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : **ANALISIS KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SERTA DAMPAKNYA KEPADA KEPUASAN PELANGGAN SEPEDA MOTOR HONDA BEAT DI DAERAH TANGERANG**

Bentuk Tesis : Penelitian

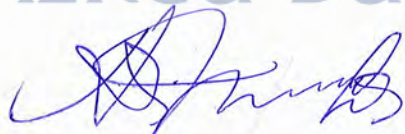
Nama : Christianto Hadisiswanto Putro

NIM : 55117110223

Program : Magister Manajemen

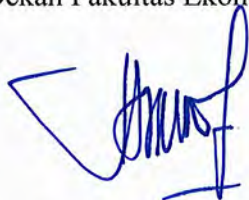
Tanggal : 31 Agustus 2020

Mengesahkan
UNIVERSITAS
Pembimbing
MERCU BUANA



(Dr. Adi Nurmahdi, BA(Hons), Dip CIM, MBA)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



(Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak)

Ketua Program Studi Magister Manajemen



(Dr. Lenny Christina Nawangsari, MM)

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

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

Nama : Christianto Hadisiswanto Putro

Nim : 55117110223

Program Studi : Magister Management

Dengan Judul “**ANALISIS KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SERTA DAMPAKNYA KEPADA KEPUASAN PELANGGAN SEPEDA MOTOR HONDA BEAT DI DAERAH TANGGERANG**”, telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan system turnitin pada tanggal 30 Juni 2020, didapatkan nilai persentase sebesar 25%.

MERCU BUANA

Jakarta, 12 Agustus 2020

Administrator Turnitin



Arie Pangudi, A.Md
Administrator Turnitin

LEMBAR PERNYATAAN

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

Judul : Analisis Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Serta Dampaknya Kepada Kepuasan Pelanggan Sepeda Motor Honda Beat Di Daerah Tangerang.

Bentuk Tesis : Penelitian/Kajian Masalah Perusahaan.

Nama : Christianto Hadisiswanto Putro

NIM : 55117110223

Program : Magister Manajemen

Merupakan hasil penelitian dan merupakan hasil 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 diperguruan tinggi lain. Semua informasi, data dan hasil pengolahan data yang disajikan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Tangerang, 31 Agustus 2020



Christianto Hadisiswanto Putro

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan kasih dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis ini dengan judul: **“Analisis Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian serta Dampaknya Kepada Kepuasan Pelanggan Sepeda Motor Honda Beat di Daerah Tangerang”**. Tesis ini diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk menyelesaikan Program Pascasarjana Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman penyusunan tesis ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Dr. Adi Nurmahdi, BA(Hons), Dip CIM, MBA selaku dosen pembimbing tesis yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis ucapkan Puji Syukur atas berkat Tuhan Yang Maha Kuasa yang telah mencurahkan anugerahnya dan ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan tesis ini terutama kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ngadino Surip MS selaku Rektor Universitas Mercu Buana
2. Bapak Prof. Dr. -Ing Mudrik Alaydrus selaku Direktur Pascasarjana Universitas Mercu Buana beserta segenap jajarannya.
3. Bapak Dudi Permana, ST., MM., Ph. D selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.
4. Para dosen pengajar Magister Manajemen Universitas Mercu Buana yang telah memberikan ilmu dan wawasan baru dan luas.
5. Kedua orang tua tercinta yang selalu memberikan doa, dukungan moral, dukungan materil, serta memberikan banyak inspirasi yang tiada henti-hentinya kepada penulis. Sehingga penulis mampu menyelesaikan tesis ini tepat waktu.

6. Untuk teman-teman Magister Manajemen angkatan 2017 yang telah memberikan dukungan yang sangat luar biasa.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tesis ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya waktu dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak.

Semoga tesis ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam tesis ini.



UNIVERSITAS Jakarta, Januari 2020
MERCU BUANA

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN SIMILARITY CHECK.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi, Pembatasan dan Perumusan Masalah	12
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian	13
1.4. Manfaat Penelitian	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1. Kajian Pustaka	15
2.1.1. Kualitas Produk	15
2.1.2. Persepsi Harga	20
2.1.3. Keputusan Pembelian	25
2.1.4. Kepuasan Pelanggan.....	31
2.2. Penelitian Terdahulu	37
2.3. Hubungan Antar Variabel.....	45
2.3.1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	45
2.3.2. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	

.....	46
2.3.3. Pengaruh Keputusan Pembelian Terhadap Kepuasan Pelanggan	47
2.3.4. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan	48
2.3.5. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan	49
2.4. Kerangka Pemikiran	50
2.5. Hipotesis	50
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Jenis Penelitian	52
3.2. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	53
3.2.1. Definisi Operasional Variabel.....	53
3.2.2. Pengukuran Variabel.....	57
3.3. Populasi dan Sampel	58
3.3.1. Populasi.....	58
3.3.2. Sampel.....	58
3.4. Metode Pengumpulan Data	59
3.5. Metode Analisis Data.....	60
3.5.1. Uji Validitas dan Reliabilitas	60
3.5.2. Statistik Deskriptif.....	61
3.5.3. Analisis SEM.....	62
3.5.4. Uji Hipotesis	65
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1. Deskripsi Perusahaan	67
4.1.1. Sejarah Perusahaan	67
4.1.2. Lingkup dan Bidang Usaha	68
4.1.3. Sumber Daya	69
4.2. Hasil Penelitian	70
4.2.1. Karakteristik Responden	70
4.2.2. Analisa Deskriptif Hasil Jawaban Responden.....	71

4.2.3. Hasil Analisa.....	76
4.2.4. Analisa Kecocokan Model Pengukuran	76
4.2.5. Analisa Kecocokan Model Struktural	85
4.2.6. Uji Kecocokan Model Struktural	87
4.2.7. Uji Hipotesis.....	91
4.2.8. Analisis Pengaruh Tidak Langsung	94
4.3. Pembahasan.....	96
4.3.1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Z) Secara Langsung	96
4.3.2. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Z) Secara langsung	98
4.3.3. Pengaruh Keputusan Pembelian (Z) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)	99
4.3.4. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Secara Langsung	100
4.3.5. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Secara Langsung	101
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan	103
5.2. Saran	105
5.2.1. Saran Untuk Perusahaan.....	105
5.2.2. Saran Untuk Penelitian Selanjutnya	106
DAFTAR PUSTAKA	107
LAMPIRAN.....	109

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Penjualan Sepeda Motor Tahun 2018	3
Tabel 1.2	Perbandingan Spesifikasi Honda Beat, Yamaha Mio, Suzuki Nex.....	8
Tabel 1.3	Perbandingan Harga Jual Matic Honda, Yamaha dan Suzuki.....	9
Tabel 1.4	Hasil Pra Survey Variabel.....	11
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	37
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel Kualitas Produk (X1).....	55
Tabel 3.2	Definisi Operasional Variabel Persepsi Harga (X2).....	56
Tabel 3.3	Definisi Operasional Variabel Keputusan Pembelian (Z)	56
Tabel 3.4	Definisi Operasional Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)	57
Tabel 3.5	Skala Likert.....	58
Tabel 3.6	Indeks Kelayakan Model	65
Tabel 4.1	Karakteristik Demografis Responden.....	70
Tabel 4.2	Deskripsi Data Hasil Pertanyaan Kuisisioner Kualitas Produk (X1).....	72
Tabel 4.3	Deskripsi Data Hasil Pertanyaan Kuisisioner Persepsi Harga (X2).....	73
Tabel 4.4	Deskripsi Data Hasil Pertanyaan Kuisisioner Keputusan Pembelian (Z)	74
Tabel 4.5	Deskripsi Data Hasil Pertanyaan Kuisisioner Kepuasan Pelanggan (Y)	75

Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas Variabel Kualitas Produk (X1).....	78
Tabel 4.7 Goodness of Fit Model CFA Konstruk Variabel Kualitas Produk (X1)	79
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas Variabel Persepsi Harga (X2)	80
Tabel 4.9 Goodness of Fit Model CFA Konstruk Variabel Persepsi Harga (X2).....	81
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Z)	82
Tabel 4.11 Goodness of Fit Model CFA Konstruk Variabel Keputusan Pembelian (Z)	83
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)	84
Tabel 4.13 Goodness of Fit Full Model	88
Tabel 4.14 Pengujian Hipotesa	92
Tabel 4.15 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	95

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Penjualan Sepeda Motor Tahun 2018.....	3
Gambar 2.1 Tahap Proses Pembelian.....	27
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	50
Gambar 4.1 Konstruk Variabel Kualitas Produk (X1) Berdasarkan Standard Solution.....	78
Gambar 4.2 Konstruk Variabel Persepsi Harga (X2) Berdasarkan Standard Solution.....	80
Gambar 4.3 Konstruk Variabel Keputusan Pembelian (Z) Berdasarkan Standard Solution.....	82
Gambar 4.4 Konstruk Variabel Kepuasan Pelanggan (Y) Berdasarkan Standard Solution.....	84
Gambar 4.5 Model Keseluruhan Variabel	86
Gambar 4.6 Structural Model Estimates Menggunakan Lisrel 9.2.....	89
Gambar 4.7 Structural Model t-Value menggunakan Lisrel 9.2.....	89
Gambar 4.8 Output Model Persamaan Struktural	90
Gambar 4.9 Diagram Jalur Model Struktural Estimates	91
Gambar 4.10 Diagram Jalur Model Struktural Estimate.....	94
Gambar 4.11 Output Pengaruh Tidak Langsung.....	95

DAFTAR LAMPIRAN

Gambar 1.1 Surat Tugas Dosen Pembimbing.....	109
Gambar 1.2 Pra Survei	110
Gambar 1.3 Kuisisioner	111
Gambar 1.4 Tabulasi Hasil Kuisisioner Penelitian.....	115
Gambar 1.5 Output Hasil Penelitian	131

