



**MODEL KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN
PEMBELIAN ULANG : ANALISIS KUALITAS
PRODUK DAN HARGA
(Studi Kasus Pada Konsumen *Smartphone* Samsung Di
Kota Jakarta)**

TESIS

**OLEH
DANDY HAFIDH FAUZI
55119010004**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
TAHUN 2021**



**MODEL KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN
PEMBELIAN ULANG : ANALISIS KUALITAS
PRODUK DAN HARGA
(Studi Kasus Pada Konsumen *Smartphone* Samsung Di
Kota Jakarta)**

TESIS

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi
Magister Manajemen**

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**
**OLEH
DANDY HAFIDH FAUZI
55119010004**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
TAHUN 2021**

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the effect of product quality and price on purchase decisions and their impact on repurchase on Samsung smartphone consumers in the city of Jakarta. The population in this study are consumers who have purchased and used Samsung smartphone products located in the city of Jakarta. The number of samples used is based on the number of indicators multiplied by 5 to obtain 180 respondents. The research data was obtained through a survey conducted using a questionnaire and data analysis using Partial Least Square (PLS) version 3.0. The results showed that product quality and price had a positive and significant effect on purchasing decisions, product quality had no effect on repurchase, prices and purchasing decisions had a positive and significant effect on repurchase, and purchasing decisions were unable to mediate the relationship between product quality and repurchase. but able to mediate the relationship between price and repurchase.

Keywords: Product Quality, Price, Purchase Decision, Repurchase



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian serta dampaknya terhadap pembelian ulang pada konsumen *smartphone* Samsung di Kota Jakarta. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli dan menggunakan produk *smartphone* Samsung yang berlokasi di Kota Jakarta. Jumlah sampel yang digunakan berdasarkan jumlah indikator dikalikan 5 sehingga diperoleh 180 responden. Data penelitian diperoleh melalui survey yang dilakukan menggunakan kuesioner dan analisis data menggunakan *Partial Least Square* (PLS) versi 3.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas produk tidak berpengaruh terhadap pembelian ulang, harga dan keputusan pembelian berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian ulang, serta keputusan pembelian tidak mampu memediasi hubungan antara kualitas produk terhadap pembelian ulang, namun mampu memediasi hubungan antara harga terhadap pembelian ulang.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian, Pembelian Ulang



PENGESAHAN TESIS

Judul : Model Keputusan Pembelian Dan Pembelian Ulang : Analisis Kualitas Produk Dan Harga (Studi Kasus Pada Konsumen Smartphone Samsung Di Kota Jakarta)

Nama : Dandy Hafidh Fauzi

NIM : 55119010004

Program Studi : Magister Manajemen

Tanggal : 15 September 2021

Mengesahkan

Pembimbing



UNIVERSITAS

MERCU BUANA

(Prof. Dr. Hapzi Ali, Ir, CMA, MM, MPM)

Direktur Pascasarjana

Ketua Program Studi Magister Manajemen



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



(Dr. Indra Siswanti, MM)

PERNYATAAN

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

Judul : Model Keputusan Pembelian Dan Pembelian Ulang : Analisis Kualitas Produk Dan Harga (Studi Kasus Pada Konsumen Smartphone Samsung Di Kota Jakarta)

Nama : Dandy Hafidh Fauzi

NIM : 55119010004

Program Studi : Magister Manajemen

Tanggal : 15 September 2021

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

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan 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, 15 September 2021



(Dandy Hafidh Fauzi)

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

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

Nama : Dandy Hafidh Fauzi

NIM : 55119010004

Program Studi : Magister Manajemen

dengan judul “**Model Keputusan Pembelian Dan Pembelian Ulang : Analisis Kualitas Produk Dan Harga (Studi Kasus Pada Konsumen Smartphone Samsung Di Kota Jakarta)**”, telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 14/08/2021, didapatkan nilai persentase sebesar 22 %.



Jakarta, 14 Agustus 2021

Administrator Turnitin

Arie Pangudi, A.Md

U N I V E R S I T A S
MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan tesis dengan judul “**Model Keputusan Pembelian Dan Pembelian Ulang : Analisis Kualitas Produk Dan Harga (Studi Kasus Pada Konsumen *Smartphone* Samsung Di Kota Jakarta)**”. Tesis merupakan syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercubuana.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan tesis tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak khususnya Prof. Dr. Hapzi Ali, Ir, CMA, MM, MPM selaku dosen pembimbing yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis.

Oleh karna itu penulis haturkan alhamdulillah atas kekuatan Allah SWT yang telah mencurahkan anugerahnya dan ingin berterimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan tesis ini terutama kepada :

1. Prof. Dr. Ngadino Surip selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
3. Dr. Indra Siswanti, M.M. selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen
4. Dr. Lenny Christina Nawangsari, M.M. selaku Sekretaris Program Studi Magister Manajemen
5. Seluruh Dosen dan Staf Program Studi Magister Manajemen yang telah memberikan segenap ilmunya.
6. Kedua orang tua tercinta dan adik yang telah memberikan semangat, doa, dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis.

7. Teman-teman Kelas Reguler 1 Warung Buncit 2019 yang selalu memberikan dukungan semangat serta kerjasama selama penulis menyelesaikan perkuliahan.
8. Pihak-pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terimakasih atas bantuan, motivasi serta doanya.

Penulis menyadari bahwa dengan segala keterbatasan ilmu pengetahuan serta pengalaman yang dimiliki penulis, makalah ini masih jauh dari sempurna, sehingga masukan dan kritikan yang konstruktif sangat penulis harapkan demi sempurnanya tesis ini. Akhirnya dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan tesis ini.



Jakarta, 15 September 2021

Dandy Hafidh Fauzi

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
PENGESAHAN TESIS.....	iv
PERNYATAAN.....	v
PERNYATAAN <i>SIMILARITY CHECK</i>	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GRAFIK	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	13
1.3. Tujuan dan Kontribusi Penelitian	14
1.3.1. Tujuan Penelitian	14
1.3.2. Kontribusi Penelitian	15

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1. Kajian Pustaka.....	17
2.1.1. Manajemen Pemasaran	17
2.1.2. <i>Theory of Reasoned Action</i> (TRA)	18
2.1.3. Bauran Pemasaran	20
2.1.4. Kualitas Produk	21

2.1.5. Harga	27
2.1.6. Keputusan Pembelian	31
2.1.7. Pembelian Ulang.....	40
2.1.8. Penelitian Terdahulu.....	43
2.2. Kerangka Pemikiran.....	48
2.3. Hipotesis.....	54

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Waktu dan Tempat Penelitian.....	55
3.2. Desain Penelitian	55
3.3. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	56
3.3.1. Definisi Variabel.....	56
3.3.2. Operasionalisasi Variabel.....	57
3.4. Populasi dan Sampel Penelitian.....	60
3.4.1. Populasi	60
3.4.2. Sampel.....	60
3.5. Metode Pengumpulan Data	61
3.5.1. Jenis dan Sumber Data	61
3.5.2. Teknik Pengumpulan Data.....	62
3.5.3. Teknik Sampling	64
3.6. Metode Analisis Data	65
3.6.1. Uji Statistik Deskriptif	65
3.6.2. Uji Kualitas Data.....	65
3.6.3. Analisis Data	68

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	72
4.2. Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	73
4.2.1. Karakteristik Responden	74
4.2.2. Statistik Deskriptif Variabel.....	78
4.3. Hasil Analisis Data <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	83
4.3.1. Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	84
4.3.2. Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	89
4.3.3. Hasil Uji <i>Bootstrapping</i>	91
4.4. Uji Hipotesis dan Pembahasan	94
4.4.1. Uji Hipotesis	94
4.4.2. Pembahasan Hasil penelitian	99
4.4.3. Pengaruh Mediasi Variabel Keputusan Pembelian	106

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan.....	112
5.2. Saran.....	114
DAFTAR PUSTAKA.....	119
LAMPIRAN.....	124
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	138

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	<i>Top 5 Sales Smartphone In Worldwide - Quartal 2, 2020</i>	5
Tabel 1.2	<i>Market Share Indonesian Smartphone Companies - Quartal 2 (2017-2018)</i>	6
Tabel 1.3	<i>Market Share Smartphone Indonesia Tahun 2020 Kuartal 2</i>	7
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	43
Tabel 3.1	Pengukuran Variabel Penelitian.....	58
Tabel 3.2	Skala Likert.....	63
Tabel 3.3	Parameter Uji Validitas Model Pengukuran PLS	67
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	74
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	75
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	76
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	76
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	77
Tabel 4.6	Deskriptif Variabel Kualitas Produk.....	79
Tabel 4.7	Deskriptif Variabel Harga.....	80
Tabel 4.8	Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	81
Tabel 4.9	Deskriptif Variabel Pembelian Ulang.....	82
Tabel 4.10	Hasil Uji <i>Convergent Validity</i>	85
Tabel 4.11	Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Fornell Larcker)</i>	86
Tabel 4.12	Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Heterotrait-Monotrait Ratio)</i> ..	87
Tabel 4.13	Hasil Uji <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	87
Tabel 4.14	Hasil Uji <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i>	88
Tabel 4.15	Hasil Uji Nilai <i>R-Square (R²)</i>	90
Tabel 4.16	Hasil Uji <i>Predictive Relevance (Q²)</i>	91
Tabel 4.17	Hasil Uji Nilai Koefisien Jalur.....	92
Tabel 4.18	Hasil Uji Hipotesis	95

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1	<i>Number Of Smartphone Users Worldwide From 2016 To 2020 (In Billions)</i>	2
Grafik 1.2	<i>Number Of Smartphone Users By Country As Of September 2019 (In Millions)</i>	3
Grafik 1.3	Pengguna Smartphone Di Indonesia.....	4
Grafik 1.4	Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	9
Grafik 1.5	Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Ulang	10



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	<i>Theory of Reasoned Action (TRA)</i>	19
Gambar 2.2	Proses Keputusan Pembelian Model Lima Tahap	35
Gambar 2.3	Diagram Kerangka Pemikiran	53
Gambar 4.1	Hasil Alogoritma PLS	84
Gambar 4.2	Hasil Uji <i>Bootstrapping</i>	92



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Hasil Survey Pendahuluan.....	124
Lampiran 2	Kuesioner.....	126
Lampiran 3	Operasionalisasi Variabel	130
Lampiran 4	Statistik Deskriptif Responden	132
Lampiran 5	Statistik Deskriptif Variabel	133
Lampiran 6	Hasil Uji <i>Convergent Validity</i>	135
Lampiran 7	Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Fornell Larcker)</i>	136
Lampiran 8	Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Heterotrait Monotrait Ratio)</i>	136
Lampiran 9	Hasil Uji <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	136
Lampiran 10	Hasil Uji <i>Composite Reliability dan Cronbach's Alpha</i>	136
Lampiran 11	Hasil Uji Nilai <i>R-Square (R^2)</i>	137
Lampiran 12	Hasil Uji <i>Predictive Relevance (Q^2)</i>	137
Lampiran 13	Hasil Uji Nilai Koefisien Jalur dan Hipotesis	137

