



**PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK,
DIFERENSIASI PELAYANAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN PT NARDEVCHEM KEMINDO**



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**ACHMAD KHAMBALI
55115110102**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2017**



**PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK,
DIFERENSIASI PELAYANAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN PT NARDEVCHEM KEMINDO**

TESIS

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

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**ACHMAD KHAMBALI
55115110102**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2017**

LEMBAR PENGESAHAN

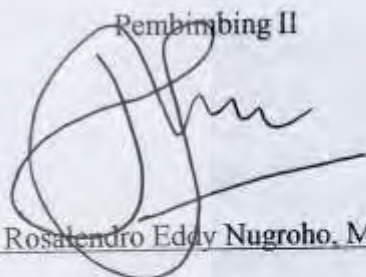
Judul : Pengaruh Diferensiasi Produk, Diferensiasi Pelayanan dan Persepsi
Harga terhadap Loyalitas Pelanggan PT Nardevchem Kemindo
Bentuk Tesis : Penelitian/Kajian Masalah Perusahaan
Nama : Achmad Khambali
NIM : 55115110102
Program : Magister Manajemen
Tanggal : 18 Juli 2017

Mengesahkan

Pembimbing I



Dr. Bambang Dwi Hartono, M.Si.

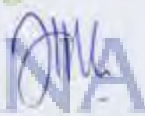
Pembimbing II


Dr. Rosalendo Eddy Nugroho, MM.

Direktur Program Pascasarjana

Ketua Program Studi Magister Manajemen


Prof. Dr. Didik J. Rachbini


Dr. Aty Herawati, M.Si.

LEMBAR PERNYATAAN

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

Judul : Pengaruh Diferensiasi Produk, Diferensiasi Pelayanan dan Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan PT Nardevchem Kemindo
Bentuk Tesis : Penelitian/Kajian Masalah perusahaan
Nama : Achmad Khambali
NIM : 55115110102
Program : Magister Manajemen
Tanggal : 18 Juli 2017

Merupakan hasil penelitian dan 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 pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

MERCU BUANA

Jakarta, 18 Juli 2017



Achmad Khambali

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT, Tuhan pencipta dan pengatur semesta alam, yang telah memberikan anugerah hukum/syariah-Nya untuk keselamatan kehidupan dunia dan akhirat. Berkat karunia-Nya lah, penulis bisa menyelesaikan Tesis. Tesis ini merupakan syarat untuk mencapai gelar Magister Manajemen pada Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta.

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung :

1. Bapak Dr Arisetyanto Nugroho, MM. selaku Rektor Universitas Mercu Buana Jakarta.
2. Bapak Prof. Dr. Didik J. Rachbini selaku Direktur Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta.
3. Ibu Dr. Aty Herawati M.Si. selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta.
4. Bapak Dr. Bambang Dwi Hartono M.Si. selaku dosen pembimbing I dalam penelitian ini, terimakasih atas bimbingan dan arahnya.
5. Bapak Dr. Rosalendo Eddy Nugroho, MM. selaku dosen pembimbing II dalam penelitian ini, terimakasih atas bimbingan dan arahnya.
6. Bapak Prof. Dr. Djumarno, selaku penguji dan ketua sidang tesis.
7. Bapak Dr. Mochamad Mukti Ali MM. selaku penguji tesis.
8. Seluruh dosen dan karyawan Universitas Mercu Buana Jakarta, terima kasih atas pelayanan dan bantuanya.
9. Orang tua tercinta di Pati dan Balikpapan, terimakasih atas doa dan dukungannya
10. Istri tercinta, Maya Sapriyanti, ST. dan anak-anak tersayang, Sofia, Fatih dan Faris yang selalu setia menemani dalam proses penyusunan Tesis ini.
11. Bapak Denny F Halim selaku Managing Director PT Nardevchem Kemindo terima kasih atas ijin dan kesempatan penelitian yang diberikan.
12. Rekan-rekan kerja di PT Nardevchem Kemindo terima kasih atas dukungan dan support datanya.

13. Teman-teman seperjuangan di Program Magister Manajemen, Universitas Mercu Buana Jakarta, terima kasih atas bantuan dan dukungannya.
14. Seluruh pihak yang telah membantu proses penyusunan Tesis ini, yang tidak bisa penulis sebut satu persatu.

Kata pepatah “tidak ada gading yang tidak retak”, penulis menyadari bahwa Tesis ini masih belum sempurna, meski kami sudah berusaha menyusun dengan sebaik-baiknya. Semoga Tesis ini ada manfaatnya bagi penulis dan semua pembaca.

Jakarta, 18 Juli 2017

Penulis



DAFTAR ISI

| | |
|--|-----|
| ABSTRACT | iii |
| ABSTRAK | iv |
| LEMBAR PENGESAHAN | v |
| LEMBAR PERNYATAAN | vi |
| KATA PENGANTAR | vii |
| DAFTAR ISI | ix |
| DAFTAR TABEL | x |
| DAFTAR GAMBAR | xi |
| DAFTAR LAMPIRAN | xii |
| | |
| BAB I. PENDAHULUAN | |
| 1.1. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| 1.2. Identifikasi, Perumusan dan Batasan Masalah | 11 |
| 1.2.1 Identifikasi Masalah..... | 11 |
| 1.2.2 Rumusan Masalah..... | 11 |
| 1.2.3 Batasan Masalah..... | 12 |
| 1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian..... | 12 |
| 1.3.1 Maksud Penelitian..... | 12 |
| 1.3.2 Tujuan Penelitian..... | 12 |
| 1.4. Manfaat dan Kegunaan Penelitian..... | 13 |
| 1.4.1 Manfaat Penelitian..... | 13 |
| 1.4.2 Kegunaan Penelitian..... | 13 |
| | |
| BAB II. DESKRIPSI PERUSAHAAN | |
| 2.1. Sejarah Perusahaan..... | 15 |
| 2.2. Lingkup dan Bidang Usaha..... | 18 |
| 2.3. Sumber Daya..... | 20 |
| 2.4. Tantangan Bisnis..... | 20 |
| 2.5. Proses/Kegiatan Bisnis..... | 23 |
| | |
| BAB III. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS | |
| 3.1. Kajian Teori..... | 27 |

| | | |
|---|--|-----|
| 3.1.1. | Pemasaran dan Manajemen Pemasaran | 26 |
| 3.1.2. | Bauran Pemasaran | 29 |
| 3.1.3. | Pemasaran Industri | 31 |
| 3.1.4. | Produk dan Diferensiasi Produk..... | 33 |
| 3.1.5. | Diferensiasi Pelayanan | 37 |
| 3.1.6. | Harga dan Persepsi Harga | 39 |
| 3.1.7. | Loyalitas Pelanggan | 42 |
| 3.2. | Analisis Pengaruh Variabel Bebas terhadap Variabel Terikat..... | 45 |
| 3.3. | Penelitian Terdahulu | 56 |
| 3.4. | Kerangka Pemikiran..... | 61 |
| 3.5. | Hipotesis..... | 63 |
| BAB IV. METODE PENELITIAN | | |
| 4.1. | Jenis dan Desain Penelitian..... | 65 |
| 4.2. | Variabel Penelitian | 65 |
| 4.3. | Definisi Operasional dan Operasionalisasi Variabel Penelitian..... | 66 |
| 4.4. | Populasi dan Sampel Penelitian | 72 |
| 4.5. | Jenis dan Sumber Data | 74 |
| 4.6. | Teknik Pengumpulan Data..... | 75 |
| 4.7. | Teknik Analisis Data..... | 76 |
| 4.7.1. | Uji Validitas Instrumen..... | 78 |
| 4.7.2. | Uji Reliabilitas Instrumen | 79 |
| 4.7.3. | Uji Asumsi Klasik Regresi | 79 |
| 4.7.4. | Uji Hipotesis..... | 81 |
| 4.7.5. | Analisis Korelasi Antar Variable dan Dimensi | 85 |
| BAB V. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | | |
| 5.1. | Hasil Penelitian | 89 |
| 5.1.1. | Karakteristik Pelanggan | 89 |
| 5.1.2. | Uji Instrumen Penelitian..... | 92 |
| 5.1.3. | Analisis Deskriptif Variabel Penelitian | 95 |
| 5.1.4. | Uji Asumsi Klasik Regresi | 99 |
| 5.1.5. | Analisis Korelasi Parsial dan Simultan Variabel..... | 102 |

| | |
|--|------------|
| 5.1.6. Analisis Regresi Linier Berganda..... | 103 |
| 5.1.5. Analisis Korelasi Dimensi | 107 |
| 5.2. Pembahasan | 110 |
| BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN | |
| 6.1. Kesimpulan | 117 |
| 6.2. Saran..... | 118 |
| DAFTAR PUSTAKA | 120 |
| LAMPIRAN | 123 |
| DAFTAR RIWAYAT HIDUP | 172 |



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

| | | |
|------|---|-----|
| 1.1 | Data Pelanggan Tahun 2014-2016..... | 4 |
| 1.2 | Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian..... | 6 |
| 1.3 | Sebaran Produk PT Nardevchem Kemindo 2016..... | 8 |
| 1.4 | Kasus Komplain Beberapa Pelanggan..... | 8 |
| 1.5 | Perbandingan Harga Produk..... | 9 |
| 1.6 | Kondisi Persaingan dalam <i>e-bidding</i> | 10 |
| 2.1 | Kualifikasi SDM | 19 |
| 3.1 | Perbedaan Pemasaran Industri dan Pemasaran Konsumsi | 33 |
| 3.2 | <i>Matrix Review</i> Penelitian Sebelumnya | 57 |
| 4.1 | Operasionalisasi Variabel Penelitian..... | 68 |
| 4.2 | Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi..... | 86 |
| 4.3 | Korelasi antar Dimensi | 87 |
| 5.1 | Uji Validasi Variabel Diferensiasi Produk..... | 93 |
| 5.2 | Uji Validasi Variabel Diferensiasi Pelayanan | 93 |
| 5.3 | Uji Validasi Variabel Persepsi Harga..... | 94 |
| 5.4 | Uji Validasi Variabel Loyalitas Pelanggan..... | 95 |
| 5.5 | Uji Reliabilitas..... | 95 |
| 5.6 | Analisis Deskriptif Variabel Diferensiasi Produk | 96 |
| 5.7 | Analisis Deskriptif Variabel Diferensiasi Pelayanan | 97 |
| 5.8 | Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Harga | 98 |
| 5.9 | Analisis Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan..... | 99 |
| 5.10 | Kolmogorof Smirnov..... | 99 |
| 5.11 | Tabel VIF..... | 101 |
| 5.12 | Spearman's Rho..... | 101 |
| 5.13 | Korelasi Parsial Antar Variabel | 102 |
| 5.14 | Uji Regresi Linier Berganda..... | 103 |
| 5.15 | Korelasi Antar Dimensi | 107 |
| 5.20 | Perbandingan Penelitian Terdahulu | 115 |

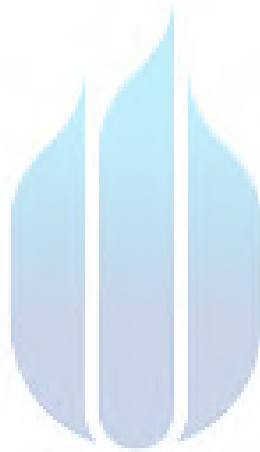
DAFTAR GAMBAR

| | | |
|-----|--|-----|
| 1.1 | Total Nilai Penjualan Produk Kosmetik Indonesia | 1 |
| 1.2 | Pertumbuhan Penjualan Divisi <i>Chemical Cosmetics</i> | 3 |
| 2.1 | Kantor Pusat Nardev Chemie | 15 |
| 2.2 | Logo PT Nardevchem Kemindo | 17 |
| 2.3 | <i>Milestone</i> PT Nardevchem Kemindo..... | 18 |
| 2.4 | Bidang Usaha Divisi Chemical Cosmetics PT Nardevchem Kemindo | 19 |
| 2.5 | Struktur Organisasi di PT Nardevchem Kemindo | 20 |
| 2.6 | Pertumbuhan Pasar Industri Hilir | 22 |
| 2.7 | Proses <i>Prospecting Sales Executive</i> | 24 |
| 2.8 | Proses Bisnis PT Nardevchem Kemindo | 25 |
| 3.1 | Proses Strategi dan Bauran Pemasaran..... | 29 |
| 3.2 | Siklus Pembelian Griffin | 43 |
| 3.3 | Kerangka Pemikiran | 63 |
| 5.1 | Karakteristik Responden Berdasarkan Ukuran Perusahaan | 90 |
| 5.2 | Jenis Produk yang di hasilkan Pelanggan | 91 |
| 5.3 | Normal P Plot Normalitas | 100 |
| 5.4 | Garis Pola Titik Regresi | 101 |

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

| | | |
|------|----------------------------------|-----|
| 1.1. | Kuesioner..... | 124 |
| 1.2. | Tabulasi dan Analisis Data | 132 |



UNIVERSITAS
MERCU BUANA