

PERBUK  
MERCU BUANA  
Surabaya



**MERCU BUANA**

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS  
PELAYANAN DAN *PERCEIVED PRICE* TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN DI PT DRA COMPONENT PERSADA**

**TESIS**

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

**Oleh**

**SODIKUN**

**55111120186**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA  
PROGRAM PASCA SARJANA  
MAGISTER MANAJEMEN**

**2014**

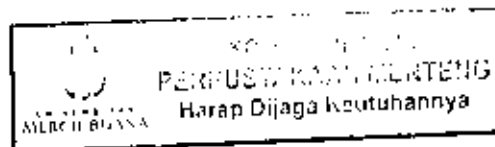
## ABSTRACT

*This research is conducted to analyze the impact of product quality, service quality and perceived price on customer satisfaction PT. DRA Component Persada Bekasi was taken as a case study. This research is quantitative and explanative in nature.*

*Both primary and secondary data were obtained. Secondary data were obtained from various sources such as journal, and books. Primary data were obtained by using questionnaire. Using accidental sampling technique, a total of 60 responses were obtained. Data were examined using both descriptive and statistical analysis.*

*Using regression analysis, the results showed that partially, product quality and service quality had an impact on customer satisfaction. Perceived price was found insignificant. On the other hand, it was found that simultaneously, product quality, service quality and perceived price had an impact on customer satisfaction.*

**Keywords:** *quality of product, quality of service, perceived price, customer satisfaction*



## ABSTRAK

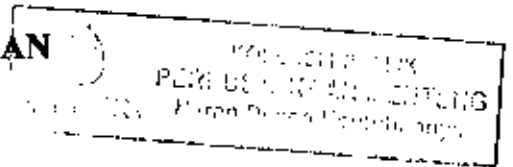
Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis dampak dari kualitas produk, kualitas layanan dan persepsi harga yang dirasakan pada kepuasan pelanggan PT. DRA Componen Persada Bekasi, diambil sebagai studi kasus. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dan eksplanatif.

Kedua data primer dan sekunder diperoleh. Data sekunder diperoleh dari berbagai sumber seperti jurnal, dan buku. Data primer diperoleh dengan menggunakan kuesioner. Dengan menggunakan teknik accidental sampling, diperoleh sebanyak 60 responden. Data diperiksa menggunakan kedua deskriptif dan analisis statistik.

Dengan menggunakan analisis regresi, hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian, kualitas produk dan kualitas layanan berdampak pada kepuasan pelanggan. Persepsi harga ditemukan tidak signifikan. Di sisi lain, ditemukan bahwa secara simultan, kualitas produk, kualitas layanan dan persepsi harga yang dirasakan berdampak pada kepuasan pelanggan.

**Kata kunci:** kualitas produk, kualitas layanan, harga yang dirasakan, kepuasan pelanggan

**PENGESAHAN**



**Judul** : Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan *Perceived Price* terhadap Kepuasan Pelanggan

**Bentuk karya akhir** : Tesis

**Nama** : Sodikun

**NIM** : 55111120186

**Program** : Pascasarjana Program Studi Magister Manajemen

**Tanggal** : 16 Desember 2013

Pembimbing



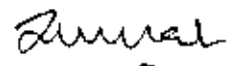
Muchsin Saggaaff Shihab MBA, Ph.D.,

Direktur Program Pascasarjana



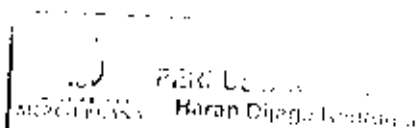
Prof. Dr. Didik J. Rachbini

Ketua Program Studi  
Magister Manajemen



Dr. Augustina Kurniasih, ME

## PERNYATAAN



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

Judul : Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan *Perceived Price* terhadap Kepuasan Pelanggan

Bentuk karya akhir : Tesis

Nama : Sodikun

NIM : 55111120186

Program : Pascasarjana Program Studi Magister Manajemen

Tanggal : 16 Desember 2013

Merupakan hasil studi pustaka, observasi dan wawancara, sebagai karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang telah ditetapkan dengan surat Keputusan Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis diperguruan tinggi lain. Semua informasi, data dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Bekasi, 16 desember 2013



(Sodikun)

## KATA PENGANTAR

AssalamualaikumWr.Wb.

Alhamdulillah robbil 'alamin, puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Karya Akhir dengan judul “Analisis Pengaruh kualitas produk,kualitas layanan dan *perceived price* terhadap kepuasan pelanggan” Karya Akhir ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan program master (S2) pada Program Pascasarjana Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana Jakarta.

Selama proses penyusunan karya akhir ini, penulis mendapatkan bimbingan, arahan, bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Muchsin Saggaaff Shihab MBA,Ph.D., selaku Dosen Pembimbing Utama dan Dosen Marketing Research yang telah memberikan saran dan petunjuk yang sangat bermanfaat baik dari segi materi maupun dari segi teknis dalam penyusunanTesis ini.
2. Har Adi Basri, Dr.Ir.MEc, selaku penguji seminar proposal dan sidang tesis yang telah memberikan kritik dan saran sehingga karya akhir ini dapat diselesaikan dengan baik.
3. Dr. Augustina Kurniasih ME., selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta.
4. Prof. Dr. Didik J. Rachbini, selaku Direktur Program Pascasarjan Universitas Mercu Buana Jakarta.

5. Bapak/Ibu Dosen dan Staff Sekretariat Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta yang sudah banyak memberikan pengetahuan dalam proses pembelajaran selama penulis mengikuti perkuliahan di Universitas Mercu Buana.
6. Pimpinan beserta seluruh jajaran Manajemen PT DRA Component Persada yang telah mengizinkan penulis untuk dapat melakukan penelitian.
7. Ayah dan ibunda serta keluarga yang telah memberikan doa dan semangat terus menerus.
8. Semua pihak yang telah banyak memberi bantuan kepada penulis, yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Semoga Allah SWT. Berkenan membalas semua kebaikan dan pengorbanan yang telah diberikan kepada penulis.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Jakarta, Desember 2013

Peneliti

Sodikun

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRACT</b> .....	i
<b>ABSTRAK</b> .....	ii
<b>PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>PERNYATAAN</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vi
<b>DAFTAR LABEL</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b>	
1.1.Latar Belakang.....	1
1.2.Identifikasi Masalah.....	7
1.3.Rumusan Masalah.....	8
1.4.Maksud dan Tujuan.....	8
1.5.Manfaat Penelitian bagi Perusahaan dan Peneliti.....	9
<b>BAB II. DESKRIPSI PERUSAHAAN</b>	
2.1.Sejarah Perusahaan.....	10
2.2.Lingkup Bidang Usaha.....	10
2.3.Sumber Daya.....	10
2.4.Visi dan Misi Perusahaan.....	11
2.5.Struktur Organisasi Perusahaan.....	11
2.6.Proses Bisnis.....	11
<b>BAB III. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b>	
3.1.Kualitas Produk.....	14
3.2.Pengertian <i>Perceived Price</i> .....	20
3.2.1. <i>Perceived Price</i> .....	20
3.2.2. <i>Perceived Value</i> .....	20
3.2.3.Peranan <i>Perceived Price</i> .....	20
3.3.Kualitas Pelayanan.....	20
3.3.1.Pengertian Kualitas Pelayanan.....	20
3.3.2.Dimensi Kualitas Jasa/Pelayanan.....	20
3.4.Kepuasan Konsumen.....	20
3.4.1.Pengertian Kepuasan Konsumen.....	20



3.4.2. Komponen-komponen Dasar dalam Kepuasan Konsumen.....	3
3.4.3. Ciri-ciri Konsumen yang Puas.....	3
3.4.4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan/ketidakpuasan Konsumen .....	3
3.5. Penelitian Terdahulu.....	3
3.6. Kerangka Pikir .....	3
3.7. Hipotesis Penelitian.....	3
3.8. Korelasi Antar Dimensi Variabel.....	3

#### **BAB IV. METODE PENELITIAN**

4.1. Desain Penelitian.....	3
4.2. Populasi.....	4
4.2.1. Karakteristik Obyek .....	4
4.2.2. Jumlah Obyek .....	4
4.2.3. Teknik Pengambilan Data.....	4
4.3. Variabel Penelitian .....	4
4.4. Operasional Variabel .....	4
4.5. Skala Pengukuran .....	4
4.6. Metode Pengumpulan Data.....	4
4.7. Analisis Validitas dan Reabilitas Kuesioner.....	4
4.8. Metode Analisis.....	4
4.9. Uji Klasik.....	5
4.10. Korelasi Antar Dimensi Variabel.....	5

#### **BAB V. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

5.1. Latar Belakang Responden .....	5
5.2. Uji Instrument .....	5
5.2.1. Uji Validitas .....	5
5.2.2. Uji Reabilitas .....	5
5.3. Uji Data.....	5
5.3.1. Uji Normalitas.....	5
5.3.2. Uji Multikolinieritas .....	6
5.3.3. Uji Heteroskedasitas .....	6
5.4. Analisis Regresi Bergana.....	6
5.4.1. Analisis Hubungan Antar Dimensi pada Variabel Penelitian.....	6
5.4.1.1. Hubungan Dimensi Kualitas Produk dengan Kepuasan Pelanggan.....	6
5.4.1.2. Hubungan Dimensi Kualitas Layanan dengan Kepuasan Pelanggan.....	6

5.4.1.3. Hubungan Dimensi <i>Perceived Price</i> dengan Kepuasan Pelanggan.....	6
5.4.1.4. Pembahasan Korelasi Dimensi.....	7
5.5. Hubungan Hasil Penelitian dengan Penelitian Terdahulu .....	7
<b>BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
6.1. KESIMPULAN .....	7
6.2. SARAN.....	7
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	7
<b>LAMPIRAN</b> .....	7
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b> .....	9

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.	Data Total <i>Keluhan Pelanggan</i> dan Total Penjualan (Dalam Pcs).....	3
Tabel 1.2.	Pesaing PT. Dra Component Persada .....	7
Tabel 3.1.	Penelitian Terdahulu.....	35
Tabel 3.2.	Korelasi Antar Dimensi Variabel .....	38
Tabel 4.1.	Variabel Operasional .....	43
Tabel 4.2.	Korelasi Antar Dimensi Variabel .....	55
Tabel 5.1.	Uji Validitas Variabel Kualitas Produk .....	57
Tabel 5.2.	Uji Reabilitas .....	59
Tabel 5.3.	Data Uji Multikolinieritas.....	60
Tabel 5.4.	Tabel Anova .....	63
Tabel 5.5.	Tabel Koefisiensi Determinasi .....	64
Tabel 5.6.	Tabel Korelasi antar Dimensi Kualitas Produk (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) .....	66
Tabel 5.7.	Tabel Korelasi antar Dimensi Kualitas Layanan (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) .....	68
Tabel 5.8.	Tabel Korelasi antar Dimensi <i>Perceived Price</i> (X3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) .....	70

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.	Data Penjualan PT DRA Component Persada Tahun 2010~2013.....	6
Gambar 2.1	Struktur Organisasi PT. Dra Component Persada.....	12
Gambar 2.2	<i>Flow prosess</i> PT. Dra Component Persada.....	14
Gambar 3.1	Model Kerangka Pemikiran .....	37
Gambar 5.1	Diagram P-P Plot Data Penelitian.....	59
Gambar 5.2	<i>Scatter Plot</i> Data Penelitian .....	61