

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK
BELT CLEANER MARTIN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN ULANG PADA PT. SUPRABAKTI MANDIRI**

TESIS

**Oleh :
AULIA RACHMAN
201420151007**



**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2018**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Tesis : PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS
PRODUK BELT CLEANER MARTIN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG
PADA PT. SUPRABAKTI MANDIRI

Nama Mahasiswa : Aulia Rachman

Nomor Pokok Mahasiswa : 201420151007


Program Studi / Fakultas : Magister Manajemen / Program Pascasarjana

Tanggal Lulus Ujian Tesis :

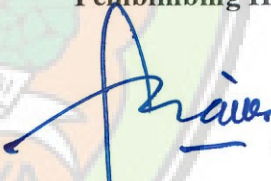
Bekasi 17 Agustus 2018

MENYETUJUI,

Pembimbing I


Dr. Anton Wachidin W, S.E., M.M
NIDN: 0311116501

Pembimbing II


Dr. (C) Frans Dwikotjo S, S.T., M.M
NIDN: 0329017202

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tesis : PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS
PRODUK BELT CLEANER MARTIN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG
PADA PT. SUPRABAKTI MANDIRI

Nama Mahasiswa : Aulia Rachman
Nomor Pokok Mahasiswa : 201420151007
Program Studi / Fakultas : Magister Manajemen / Program Pascasarjana
Tanggal Lulus Ujian Tesis :

Bekasi, 17 Agustus 2018

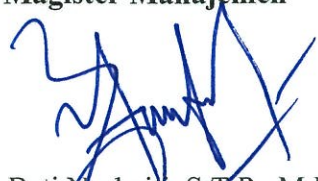
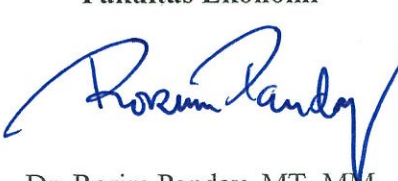
MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Dr. Irma Setyawati, S.E., MM
NIDN 0001106601

Penguji I : Dr. Anton Wachidin W, S.E., MM
NIDN 0311116501

Penguji II : Dwi Susanto, Ph.D
NIDN 0326026103

MENGETAHUI,

<p>Ketua Program Studi Magister Manajemen</p>  <p><u>Dr. Beti Nurbaidi, S.T.P., M.E</u> NIDN: 0314117307</p>	<p>Dekan Fakultas Ekonomi</p>  <p><u>Dr. Rorim Panday, MT, MM</u> NIDN : 0425025801</p>
--	--

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Tesis Yang Berjudul

“Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Belt Cleaner Martin Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pada PT. Suprabakti Mandiri”.

Ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan tesis ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan ijin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan tesis ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Bekasi, 17 Agustus 2018

Yang Membuat Pernyataan,


Aulia Rachman
NPM 201420151007

ABSTRAK

Aulia Rachman, 201420151007. “Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk *Belt Cleaner* Martin Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pada PT. Suprabakti Mandiri”

Berdasarkan hasil observasi penulis terhadap perilaku pembelian produk *Belt Cleaner* Martin pada PT. Suprabakti Mandiri apakah dipengaruhi oleh citra merek dan kualitas produk tersebut.

Penelitian ini bermaksud meneliti Apakah ada pengaruh citra merek sebagai variabel laten eksogen dan kualitas produk sebagai variabel laten endogen terhadap variabel laten endogen keputusan membeli ulang . Peneliti menggunakan instrumen kuesioner sebagai pendukung ketiga variabel laten dengan pernyataan pernyataan yang meliputi ketiga variabel laten dengan dimensi dan indikatornya. Peneliti menyebarkan kuesioner sebanyak 70 perusahaan tambang batubara sebagai responden, kemudian melakukan seleksi terhadap variabel dan indikator yang dihasilkan sebagai syarat uji.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan model persamaan struktural. Tujuannya adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh variabel laten citra merek terhadap kualitas produk dan variabel laten citra merek dan kualitas produk terhadap variabel laten keputusan membeli produk dengan analisis data menggunakan program Lisrel 8.80.

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data dengan menggunakan model persamaan struktural dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh citra merek terhadap kualitas produk. Selanjutnya hasil penelitian juga menunjukkan citra merek berpengaruh terhadap keputusan membeli ulang produk namun bernilai negatif dan kualitas produk memiliki pengaruh yang kuat positif terhadap keputusan membeli produk.

Kata Kunci : Citra Merek, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian Ulang

ABSTRACT

Aulia Rachman, 201420151007. *"The Influence of Brand Image and Quality of Martin Belt Cleaner Products Against Repurchase Decisions at PT. Suprabakti Mandiri"*

Based on the result observation of the purchasing behavior of Martin Belt Cleaner products at PT. Suprabakti Mandiri is influenced by the brand image and product quality.

This research intends to examine whether there is influence of brand image as exogenous latent variable and product quality as endogenous latent variable to endogen latent variable of repurchase decision. Researchers use questionnaire instruments as supporting the three latent variables with statement statements that include the three latent variables with their dimensions and indicators. Researchers spread the questionnaire as much as 70 coal mine company as a respondents, then do the selection of variables and indicators produced as a test requirement

In this study, the author used quantitative methods, with a structural equation model approach. The goal is to find out whether there is influence of latent variable of brand image to product quality and latent variable of brand image and product quality to latent variable of repurchase decision with data analysis using Lisrel program 8.80

Based on the results from research and data processing using structural equation model can be concluded that there is influence of brand image to product quality. Further research results also show the brand image has an effect on the decision to buy the product but the value are negative and product quality have a strong positive influence on the repurchase decision

Keywords: Brand Image, Product Quality, Repurchase Decision

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala berkah dan rahmat dan karunia yang telah dilimpahkan-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan tesis yang berjudul **“Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Belt Cleaner Martin Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pada PT. Suprabakti Mandiri”**.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Irjen Pol (P) Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M., selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Dr. Rorim Panday, M.T., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Dr. Beti Nurbaiti, S.T.P., M.E., selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Dr. Anton Wachidin W, S.E., M.M., selaku Pembimbing Satu Tesis.
5. Dr. (C) Frans Dwikotjo S, S.T., M.M., selaku Pembimbing Dua Tesis.
6. Kedua orang tua saya, Bapak Agus Pangestu dan Ibu Retno Widowaty.
7. Istri kesayangan saya, Junita Muda Karina.
8. Adik – adik saya, Achmadi Prasetyo, S.T., Apriliani Chusnuliah, S.T., dan Lidya Chotimah, S.H., M.H.
9. Kedua orang mertua saya, Bapak Suryanto dan Ibu Gini Setyowati.
10. Teman – Teman MM - 38 Ubhara Jaya.

Semoga Tesis ini menjadi manfaat bagi yang membacanya

Bekasi, 17 Agustus 2018

TTD

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Rumusan Masalah	7
1.4 Batasan Masalah	7
1.5 Tujuan Penelitian	7
1.6 Manfaat Penelitian	8
1.6.1 Manfaat Teoritis	8
1.6.2 Manfaat Praktis	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Citra Merek	9
2.1.1 Pengertian Merek	9
2.1.2 Pengertian Citra	12
2.1.3 Pengertian Citra Merek	12

2.1.4 Manfaat dan Keuntungan Merek	15
2.1.5 Proses Pengembangan Citra Merek	17
2.1.6 Dimensi Citra Merek	17
2.1.7 Tolak Ukur <i>Brand Image</i>	19
2.1.8 Indikator Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	20
2.2 Produk	21
2.2.1 Definisi Produk	21
2.2.2 Kualitas Produk	22
2.3 Keputusan Pembelian Ulang	25
2.4 Keterkaitan Antara Variabel	28
2.4.1 Hubungan Antara Citra Merek dengan keputusan Pembelian ...	28
2.4.2 Hubungan Antara Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian	29
2.4.3 Hasil Penelitian Terdahulu	29
2.4.4 Kerangka Pemikiran	32
2.5 Hipotesis	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	33
3.1 Metode Penelitian	33
3.2 Objek Penelitian	33
3.3 Teknik Pengumpulan Data	34
3.3.1 Populasi	34
3.3.2 Sampel	34
3.4 Jenis dan Sumber Data	34
3.5 Metode Pengumpulan Data	35
3.5.1 Kuesioner	35

3.6 Instrumen Penelitian	36
3.7 Karakteristik Responden	37
3.7.1 Responden Berdasarkan Usia	37
3.7.2 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	38
3.8 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	38
3.8.1 Variabel Dependen	38
3.8.2 Variabel Independen	39
3.8.3 Definisi Operasional Variabel	41
3.9 Metode Analisis Data	41
3.9.1 <i>Confirmatory Factor Analysis</i> dan Latent Variabel Scores	41
3.9.2 Uji Kecocokan Variabel	42
3.9.3 Kecocokan keseluruhan model (<i>Overall Model Fit</i>) – GOFI	42
3.9.4 Kecocokan Model Pengukuran : Validitas dan Reabilitas	43
3.9.5 Kecocokan Model Struktural	44
BAB IV PEMBAHASAN	45
4.1 Sejarah Perusahaan	45
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	45
4.1.2 Jenis-jenis Usaha Industri yang disediakan	46
4.1.3 Cabang PT. Suprabakti Mandiri	47
4.1.4 Visi dan Misi PT. Suprabakti Mandiri	47
4.1.5 Struktur Organisasi	48
4.2 Deskripsi Data.....	52
4.2.1 Deskripsi Data Variabel Citra Merek	53

4.2.2 Deskripsi Data Variabel Kualitas Produk	53
4.2.3 Deskripsi Data Variabel Keputusan Membeli Ulang.....	54
4.3 Hasil Uji Model Pengukuran.....	54
4.3.1 Hasil Uji Model Pengukuran Variabel Laten CM (Citra Merek)	55
4.3.2 Hasil Uji Model Pengukuran Variabel Laten P (Produk)	62
4.3.3 Uji Model Pengukuran Variabel Laten KM.....	69
4.3.4 Penyederhanaan Variabel Laten dan Uji <i>Confirmatory</i> <i>Factor Analysis (CFA)</i>	70
4.3.5 Hasil Uji Model Struktural Penelitian dan Resume Uji Signifikansi Hipotesa	73
4.4 Pembahasan	75
4.4.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Produk PT. Suprabakti Mandiri	75
4.4.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Membeli Ulang Produk PT. Suprabakti Mandiri	77
4.4.3 Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Membeli Ulang Produk PT. Suprabakti Mandiri.....	77
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	79
5.1 Kesimpulan	79
5.2 Implikasi	80
5.3 Saran	81
DAFTAR PUSTAKA	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Posisi Kandungan Batubara di Indonesia	1
Gambar 2.1 Tahapan Keputusan pembelian	27
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	32
Gambar 4.1 Foto Graha Supra dan Contoh Pekerjaan PT Suprabakti Mandiri	45
Gambar 4.2 Struktur Organisasi	48
Gambar 4.3 Belt Cleaner – Martin	51
Gambar 4.4 Hasil Uji Model Pengukuran Untuk Variabel Laten PA	55
Gambar 4.5 GOFI Pengukuran Untuk Variabel Laten PA	56
Gambar 4.6 Hasil Uji Model Pengukuran Untuk Variabel Laten CB	57
Gambar 4.7 GOFI Pengukuran Untuk Variabel Laten CB	57
Gambar 4.8 Hasil Uji Model Pengukuran Untuk Variabel Laten BP	59
Gambar 4.9 GOFI Pengukuran Untuk Variabel Laten BP	59
Gambar 4.10 Hasil Uji Model Pengukuran Untuk Variabel Laten CM	60
Gambar 4.11 GOFI Pengukuran Untuk Variabel Laten CM	61
Gambar 4.12 Hasil Uji Model Pengukuran Untuk Variabel Laten KP	62
Gambar 4.13 Hasil Uji Model Pengukuran Untuk Variabel Laten FP	64
Gambar 4.14 Hasil Uji Model Pengukuran Untuk Variabel Laten DP	66
Gambar 4.15 GOFI Pengukuran Untuk Variabel Laten DP	66
Gambar 4.16 Hasil Uji Model Pengukuran Untuk Variabel Laten P	67
Gambar 4.17 GOFI Pengukuran Untuk Variabel Laten P	68
Gambar 4.18 Hasil Uji Model Pengukuran Untuk Variabel Laten KM	69
Gambar 4.19 GOFI Pengukuran Untuk Variabel Laten KM	69
Gambar 4.20 Uji Model Pengukuran Variabel Laten CM (Sebelum Disederhanakan)	71
Gambar 4.21 Uji Model Pengukuran Variabel Laten CML (Sesudah Disederhanakan)	71
Gambar 4.22 Uji <i>Confirmatory Factor Analysis</i> /CFA	72
Gambar 4.23 GOFI Model <i>Confirmatory Factor Analysis</i>	72
Gambar 4.24 GOFI Model Struktural Penelitian	74
Gambar 4.25 Hasil Uji Model Struktural Penelitian	74

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Produksi Batubara Indonesia dalam Metrik Ton	3
Tabel 1.2 Data Penjualan Belt Cleaner Martin PT. Suprabakti Mandiri	4
Tabel 1.3 Chart Data Penjualan Belt Cleaner Martin	7
Tabel 2.1 Hasil penelitian terdahulu	31
Tabel 3.1 Instrumen Skala Likert	35
Tabel 3.2 Kisi – kisi Instrumen Penelitian	36
Tabel 3.3 Usia Responden	37
Tabel 3.4 Tingkat Pendidikan Responden	38
Tabel 3.5 Indikator Goodness of Fit Index (GOFI)	43
Tabel 4.1 Deskripsi Variabel Penelitian	52
Tabel 4.2 Deskripsi Variabel Citra Merek	53
Tabel 4.3 Deskripsi Variabel Kualitas Produk	54
Tabel 4.4 Deskripsi Variabel Keputusan Membeli Ulang	54
Tabel 4.5 Validitas dan Reliabilitas Variabel Laten PA	56
Tabel 4.6 Validitas dan Reliabilitas Variabel Laten CB	58
Tabel 4.7 Validitas dan Reliabilitas Variabel Laten BP	59
Tabel 4.8 Validitas dan Reliabilitas Variabel Laten CM	61
Tabel 4.9 GOFI Variabel Laten KP	63
Tabel 4.10 Validitas dan Reliabilitas Variabel Laten KP	63
Tabel 4.11 GOFI Variabel Laten FP	65
Tabel 4.12 Validitas dan Reliabilitas Variabel Laten FP	65
Tabel 4.13 Validitas dan Reliabilitas Variabel Laten DP	67
Tabel 4.14 Validitas dan Reliabilitas Variabel Laten P	68
Tabel 4.15 Validitas dan Reliabilitas Variabel Laten KM	70
Tabel 4.16 Validitas dan Reliabilitas Variabel Laten pada Uji CFA	73
Tabel 4.17 Hasil Uji Signifikansi Hipotesa Penelitian Berdasarkan Uji Model Struktural Penelitian	75