

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN
DAN HARGA TERHADAP DAYA SAING DENGAN BRAND
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(STUDI KASUS PADA BUTIK IBU SUPARNI)**

TESIS

Oleh :

**OCTA NILAM LUKKITA AGA
2015 2015 2036**



**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2018**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Tesis : Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Daya Saing Dengan Brand Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Butik Ibu Suparni)

Nama Mahasiswa : Octa Nilam Lukkita Aga

Nomor Pokok Mahasiswa: 201520152036

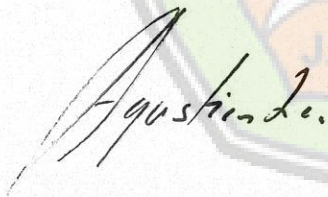
Program Studi/Program : Magister Manajemen/Pascasarjana

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Jakarta, 8 Juni 2018

MENYETUJUI:

Pembimbing I



Agustian Zen, Ph.D

NIDN: 0302085301

Pembimbing II



Soehardi, Ph.D

NIDN: 0311096604

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tesis : Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Daya Saing Dengan Brand Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Butik Ibu Suparni)

Nama Mahasiswa : Octa Nilam Lukkita Aga

Nomor Pokok Mahasiswa : 201520152036

Program Studi/Program : Magister Manajemen/Pascasarjana

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Tanggal Lulus Ujian Tesis : 8 Juni 2018

Jakarta, 8 Juni 2018

Mengesahkan,

Ketua Tim Penguji: Dr. Irma Setyawati, SE., MM

NIDN: 0001106601



Penguji I: Dr. Zahara Tussoleha Rony, S.Pd., MM

NIDN: 0304116501



Penguji II: Agustian Zen, Ph.D

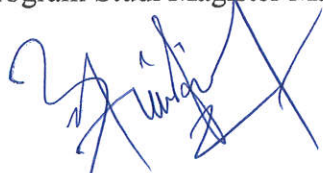
NIDN: 0302085301



MENGETAHUI,

Ketua Program Studi Magister Manajemen

Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Hj. Beti Nurbaiti, S.T.P., M.E

NIDN: 0314117307



Dr. Rorim Panday, M.T., M.M

NIDN: 0425025801

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Tesis Yang Berjudul

“Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Daya Saing Dengan Brand Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Butik Ibu Suparni)”.

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.

Jakarta, 8 Juni 2018

Yang Membuat Pernyataan,



Octa Nilam Lukkita Aga

NPM: 201520152036

ABSTRAKS

Octa Nilam Lukkita Aga. 201520152036. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Daya Saing dengan Brand Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus pada Butik Ibu Suparni).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) pengaruh Kualitas Produk terhadap Daya Saing pada Butik Ibu Suparni (2) pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Daya Saing pada Butik Ibu Suparni (3) pengaruh Harga terhadap Daya Saing pada Butik Ibu Suparni (4) pengaruh Kualitas Produk terhadap Brand pada Butik Ibu Suparni (5) pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Brand pada Butik Ibu Suparni (6) pengaruh Harga terhadap Brand pada Butik Ibu Suparni (7) pengaruh Brand terhadap Daya Saing pada Butik Ibu Suparni. Penelitian ini menggunakan teknik sampling jenuh. Populasi penelitian ini adalah seluruh pelanggan Butik Ibu Suparni yang berjumlah 210 orang. Metode Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan program komputer *LISREL* dan *Structural Equation Modeling* (SEM).

Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan Kualitas Produk terhadap Daya Saing pada Butik Ibu Suparni dengan nilai *T Statistics* 5,46 \geq 1.96. Terdapat pengaruh yang signifikan Kualitas Pelayanan terhadap Daya Saing pada Butik Ibu Suparni dengan nilai *T Statistics* adalah 6.19 \geq 1.96. Terdapat pengaruh yang signifikan Harga terhadap Daya Saing pada Butik Ibu Suparni dengan nilai *T Statistics* adalah 8.03 \geq 1.96. Tidak terdapat pengaruh yang signifikan Kualitas Produk terhadap Brand pada Butik Ibu Suparni dengan nilai *T Statistics* adalah 1.83 \leq 1.96. Tidak terdapat pengaruh yang signifikan Kualitas Pelayanan terhadap Brand pada Butik Ibu Suparni dengan nilai *T Statistics* adalah 1.56 \leq 1.96. Tidak terdapat pengaruh yang signifikan Harga terhadap Brand pada Butik Ibu Suparni dengan nilai *T Statistics* adalah 0.54 \leq 1.96. Tidak terdapat pengaruh yang signifikan Brand terhadap Daya Saing pada Butik Ibu Suparni dengan nilai *T Statistics* adalah 0.53 \leq 1.96

Kata kunci: Kualitas Produk, Gaya Kualitas Pelayanan, Harga, Brand, Daya Saing, *Structural Equation Modeling*, *LISREL*.

ABSTRACT

Octa Nilam Lukkita Aga. 201520152036. The Influence of Product Quality, Service Quality and Price to Competitiveness with Brand as Intervening Variable (Case Study on Suparni Boutique Boutique).

This study aims to determine (1) the effect of Product Quality on Competitiveness on Suparni Butik (2) the influence of Service Quality on Competitiveness in Suparni Butik (3) Price Influence on Competitiveness in Suparni Boutique Boutique (4) Product Quality Influence to Brand at Butik Ibu Suparni (5) the influence of Service Quality to Brand on Suparni Butik (6) Price Influence on Brand on Suparni Boutique (7) Brand influence to Competitiveness on Suparni Boutique Boutique. This research uses saturated sampling technique. The population of this research is all customer of Mrs. Suparni which amounted to 210 people. This research method uses quantitative research method with LISREL computer program and Structural Equation Modeling (SEM).

The result of the research shows that there is a significant influence of Product Quality on Competitiveness in Suparni Boutique Boutique with the value of T Statistics $5,46 \geq 1,96$. There is a significant influence of Service Quality on Competitiveness at Suparni Boutique Boutique with the value of T Statistics is $6,19 \geq 1,96$. There is a significant influence on the Competitiveness of Competitiveness in Suparni's Boutique Boutique with the value of T Statistics is $8,03 \geq 1,96$. There is no significant effect of Product Quality on Brand on Suparni Boutique Bout with T Statistics is $1,83 \leq 1,96$. There is no significant effect of Service Quality on Brand on Suparni Boutique with T Statistics is $1,56 \leq 1,96$. There is no significant effect on Brand Prices on Suparni Boutique Boutiques with T Statistics being $0,54 \leq 1,96$. There is no significant effect of Brand on Competitiveness in Suparni's Boutique Boutique with the value of T Statistics is $0,53 \leq 1,96$

Keywords: Product Quality, Service Quality, Price, Brand, Competitiveness, Structural Equation Modeling, LISREL.

KATA PENGANTAR

Dengan mengucap puji syukur Alhamdulillah, atas berkah dan rahmat Allah SWT, peneliti dapat menyelesaikan tesis dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Brand Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Butik Ibu Suparni)”. Penulisan ini merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi guna menyelesaikan pascasarjana Magister Manajemen pada Universitas Bhayangkara Jakarta Raya .

Di dalam penulisan ini, peneliti banyak mendapatkan bantuan dan dukungan dari pihak yang telah rela meluangkan waktu, tenaga dan pikiran demi tersusunnya tesis ini. Oleh karena itu pada kesempatan ini, peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

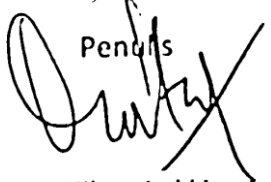
1. Ibu Dr. Zahara Tussoleha Rony, S.Pd., M.M selaku Kepala Prodi Magister Manajemen.
2. Bapak Agustian Zen, Ph.D selaku Pembimbing I yang dengan sabar telah memberikan nasehat, bimbingan dan pengarahan dalam penyelesaian tesis ini.
3. Bapak Soehardi, Ph.D selaku Pembimbing I yang dengan sabar telah memberikan nasehat, bimbingan dan pengarahan dalam penyelesaian tesis ini.
4. Ibu Suparni pemilik butik yang telah memberikan ijin penelitian, data dan informasi kepada peneliti.
5. Pegawai Butik Suparni yang telah banyak membantu dalam pengumpulan data tesis.
6. Seluruh Keluargaku tercinta, Ibu yang tidak henti-hentinya memanjatkan doa untuk keselamatanku di dunia ini dan di akhirat kelak, Papa Sigit suamiku yang sudah mengizinkan istrinya melanjutkan jenjang pendidikan, Kakak Keisyana anandaku yang sudah merelakan waktunya untuk bermain sama Mamanya.
7. Teman-teman angkatan 41 Magister Manajemen yang telah banyak membantu dalam penulisan tesis ini.

Peneliti menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari sempurna karena kesempurnaan hanyalah milik Allah semata. Segala kritik dan saran sangat peneliti harapkan demi kesempurnaan tesis ini.

Akhir kata peneliti berharap, semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan dapat memberikan pengembangan pengetahuannya.

Jakarta, 8 Juni 2018

Penulis



Octa Nilam Lukkita Aga

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTACK</i>	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	5
1.3 Pembatasan Masalah.....	5
1.4 Perumusan Masalah	6
1.5 Tujuan Penelitian.....	6
1.6 Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA BERFIKIR DAN	
PENGAJUAN HIPOTESIS	8
2.1. Tinjauan pustaka	8
2.1.1. Pengertian Daya Saing.....	8
2.1.2. Pengertian Kualitas Produk	12
2.1.3. Pengertian Kualitas Pelayanan	14

2.1.4. Pengertian Harga	17
2.1.5. Pengertian Brand	22
2.2. Hasil Penelitian Terdahulu	23
2.3. Kerangka Berpikir	29
2.4. Hipotesis Penelitian.....	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	31
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian.....	31
3.2. Metode dan Desain Penelitian.....	31
3.2.1 Metode Penelitian.....	31
3.2.2 Desain Penelitian.....	32
3.3. Populasi dan Sampel	33
3.3.1 Populasi Penelitian.....	33
3.3.2 Sampel Penelitian.....	33
3.4. Teknik Pengumpulan Data	34
3.5. Instrumen Penelitian.....	35
3.5.1. Instrumen Penelitian Daya Saing	36
3.5.2. Instrumen Penelitian Kualitas Produk.....	38
3.5.3. Instrumen Penelitian Kualitas Pelayanan	40
3.5.4. Instrumen Penelitian Harga	43
3.5.5. Instrumen Penelitian Brand	45
3.6. Teknik Analisis Data	47
3.6.1. Pengantar Teori <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM).....	47
3.6.2. Analisis <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM)	47
3.6.3. <i>Confirmatory Factor Analysis</i> dan <i>Latent Variable Scores</i>	48

3.6.4. Uji Kecocokan	49
3.6.5. Uji Hipotesis	51
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	53
4.1 Gambaran Umum Butik Ibu Suparni	53
4.2 Hasil Pengumpulan Data Responden	55
4.3 Hasil Uji Model Pengukuran.....	58
4.3.1 Hasil Uji Model Pengukuran Variabel Laten Kualitas Produk.	59
4.3.2 Hasil Uji Model Pengukuran Variabel Laten Kualitas Pelayanan	63
4.3.3 Hasil Uji Model Pengukuran Variabel Laten Harga.....	66
4.3.4 Hasil Uji Model Pengukuran Variabel Laten Brand.....	68
4.3.5 Hasil Uji Model Pengukuran Variabel Laten Daya Saing.....	70
4.4 Penyederhanaan Variabel Laten dan Uji Confirmatory Factor Análisis (CFA)	71
4.5 Hasil Uji Model Struktural Penelitan dan Resume Uji Signifikansi Hipotesa.....	74
4.6 Kajian Teoritis.....	80
BAB V KESIMPULAN.....	85
5.1 Kesimpulan.....	85
5.2 Saran.....	87
DAFTAR PUSTAKA.....	89

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	25
Tabel 3.1 Skala Likert.....	35
Tabel 3.2 Kisi-kisi Instrumen Daya Saing.....	37
Tabel 3.3 Kisi-kisi Instrumen Kualitas Produk.....	39
Tabel 3.4 Kisi-kisi Instrumen Kualitas Pelayanan.....	42
Tabel 3.5 Kisi-kisi Instrumen Harga.....	44
Tabel 3.6 Kisi-kisi Instrumen Brand.....	46
Tabel 3.7 Indikator GOFI.....	50
Tabel 4.1 Data Umum Responden.....	56
Tabel 4.2 GOFI Variabel Laten KP	60
Tabel 4.3 Validitas dan Reliabilitas Variabel Laten Kualitas Produk..	61
Tabel 4.4 GOFI Variabel Laten Kualitas Pelayanan	63
Tabel 4.5 Validitas dan Reliabilitas Variabel Laten Kualitas Pelayanan	64
Tabel 4.6 GOFI Variabel Laten Harga	66
Tabel 4.7 Validitas dan Reliabilitas Variabel Laten Harga.....	67
Tabel 4.8 Validitas dan Reliabilitas Variabel Laten Brand.....	68
Tabel 4.9 GOFI Variabel Laten Daya Saing.....	70
Tabel 4.10 Validitas dan Reliabilitas Variabel Laten Daya Saing	71
Tabel 4.11 Validitas dan Reliabilitas Variabel Laten pada Uji CFA....	74
Tabel 4.12 Hasil Uji Signifikansi Hipotesa Penelitian Berdasarkan Uji Model Struktural Penelitian	78

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....	29
Gambar 3.1 Model Desain Penelitian.....	32
Gambar 4.1 Jenis Kelamin Responden	56
Gambar 4.2 Usia Responden	57
Gambar 4.3 Tingkat Pendidikan Responden	58
Gambar 4.4 Hasil Uji Model Pengukuran Untuk Variabel Laten Kualitas Produk	59
Gambar 4.5 Hasil Uji Model Pengukuran Untuk Variabel Laten Kualitas Pelayanan	62
Gambar 4.6 Hasil Uji Model Pengukuran Untuk Variabel Laten Harga.....	65
Gambar 4.7 Hasil Uji Model Pengukuran Untuk Variabel Laten Brand	67
Gambar 4.8 Hasil Uji Model Pengukuran Untuk Variabel Laten Daya Saing.....	69
Gambar 4.9 Uji Model Pengukuran Variabel Laten DS (Sebelum Disederhanakan).....	72
Gambar 4.10 Uji Model Pengukuran Variabel Laten DSL (Sesudah Disederhanakan).....	72
Gambar 4.11 Uji Confirmatory Factor Analysis /CFA (Standardized Solution).....	73

Gambar 4.12	Hasil Uji Model Struktural Penelitian MODEL UTAMA (T-Value).....	75
Gambar 4.13	Hasil Uji Model Struktural Penelitian MODEL UTAMA (Standardized Solution)	76
Gambar 4.14	Hasil Uji Model Struktural Penelitian MODEL PEMBANDING (T-Value).....	76
Gambar 4.15	Hasil Uji Model Struktural Penelitian MODEL PEMBANDING (Standardized Solution).....	77

