

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat, hidayah, dan petunjuk yang telah diberikan-Nya kepada penulis selama penulisan tesis ini, yang merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan strata dua pada lulusan program Magister Manajemen Konsentrasi Pemasaran di Universitas Esa Unggul.

Tesis dengan judul "PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PT. GAJAH TUNGGAL Tbk. – TANGERANG" ini ditujukan untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar Magister Manajemen (MM) di Universitas Esa Unggul, Jakarta.

Disadari bahwa tanpa bimbingan, bantuan, dan doa dari berbagai pihak, Tugas Akhir ini tidak akan dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Oleh karena itu, ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses pengerjaan Tesis ini, terutama kepada :

1. Bapak Dr. Ir. Arief Kusuma A.P, MBA, selaku Rektor Universitas Esa Unggul, Jakarta.
2. Bapak Ir. Alirahman, M.Sc, Ph.D, selaku Direktur Program Pasca Sarjana Universitas Esa Unggul, Jakarta.
3. Bapak Dr. Mohamad Rizan, SE., MM, selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan dukungan baik berupa materi maupun spirit selama Tesis ini dikerjakan.
4. Bapak Prof Dr. Tumari Jatileksono, MA, MSc, yang memberikan saran dan masukan kepada penulis.
5. Semua dosen yang telah mengajar selama berkuliah di Universitas Esa Unggul.
6. Staf karyawan yang telah membantu penulis dalam kegiatan administrasi.
7. Staf karyawan perpustakaan yang telah membantu penulis hingga lulus kuliah.

8. Papa, Mama serta kakak-kakak dan adik-adik yang telah memberikan semangat dan dukungan baik secara moril maupun secara materil, doa dan kasih sayang.
9. Seluruh staf dan pimpinan PT. Gajah Tunggal Tbk yang telah memberi ijin penulis untuk melakukan penelitian
10. Rekan-rekan mahasiswa program Pasca sarjana MM angkatan XXXVIII.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam Tesis ini. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun terhadap tesis ini, serta berharap tesis ini bermanfaat bagi para pembacanya.

Jakarta, Juli 2012

Penulis

ABSTRAK

Ivana Jaya Diguna, *Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan PT Gajah Tunggal Tbk. – Tangerang* (dibimbing oleh Mohamad Rizan)

PT. Gajah Tunggal Tbk adalah perusahaan yang memproduksi ban kendaraan roda dua dan roda empat atau lebih. Dalam pengelolaan perusahaan tersebut terlihat bahwa fluktuasi penjualan sangat tinggi. Hal ini diduga disebabkan melalui kualitas produk, persepsi harga, dan promosi. Variabel tersebut akan dianalisis pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan. Tujuannya adalah untuk mendapatkan deskripsi mengenai kualitas produk, persepsi harga, promosi serta loyalitas pelanggan PT. Gajah Tunggal Tbk; untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan promosi terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Gajah Tunggal Tbk; serta urutan mengetahui urutan tingkat pentingnya variabel yang mempengaruhi loyalitas pelanggan pada PT. Gajah Tunggal Tbk.

Untuk menganalisis variabel tersebut maka digunakan analisis regresi linear dengan menggunakan dua desain yaitu eksplanatori dan deskriptif yang diambil adalah seluruh pelanggan PT Gajah Tunggal Tbk. yang berada di wilayah sampel sebanyak 100 orang melalui purposive sampling. Teknik pengumpulan data menggunakan survey data primer. Tetapi data dianalisis dengan menggunakan uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas, dan analisis regresi linear berganda. Proses pengolahan data menggunakan aplikasi software SPSS Versi 19.00

Berdasarkan hasil analisis regresi linear menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan promosi berpengaruh signifikan positif terhadap loyalitas pelanggan sedangkan persepsi harga tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Kesimpulan penelitian ini adalah semakin tinggi kualitas produk, semakin tinggi persepsi harga, dan/atau semakin tinggi promosi yang diperoleh pelanggan PT Gajah Tunggal Tbk. akan memberikan loyalitas pelanggan yang lebih tinggi. Variabel independen yang paling penting bagi pelanggan adalah kualitas produk dan diikuti oleh promosi dan persepsi harga.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi, dan Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

Ivana Jaya Diguna, The Influence of Product Quality, Price Perceptions and Promotion against Customer Loyalty at PT Gajah Tunggal Tbk. – Tangerang (supervised by Mohamad Rizan)

PT. Gajah Tunggal Tbk is company which produces vehicle tire of wheel two and wheel four or more. In management of the company seen that sale fluctuation is very high. This thing there suspected causing through product quality, price perception, and promotion. The variable will be analysed its(the influence to customer loyalty. Its purpose is to get description about product quality, price perception, customer sertaloyalty promotion of PT. Gajah Tunggal Tbk; to know how big influence quality of product, price perception, and promotion to customer loyalty at PT. Gajah Tunggal Tbk; and sequential know sequential of level the importance of variable which affects customer loyalty at PT. Gajah Tunggal Tbk.

To analyse the variable then used linear regression analysis by using two designs that is eksplanatori and descriptive taken is all customer of PT Gajah Tunggal Tbk. which is in sample region 100 men passes purposive sampling. technical of Data collecting uses survey primary data. But data of dianlisis by using normality test, multikolinearity test, heterokedastisity test, and doubled linear regression analysis. Process of data processing uses software application SPSS VERSI 19.00.

The result of linear regression analysis showed that the variables of quality product and promotion gave positive significant influence to customer loyalty, while the perception of price has no significant impact on customer loyalty. Conclusion of this research is longer quality product, price perception excelsior, and/or promotion excelsior which is obtained by customer loyalty PT Gajah Tunggal Tbk. will give higher level customer loyalty. Independent variable most importantly for customer is quality product followed by promotion and price perception.

Key Words: Quality product, price perception, promotion, and customer loyalty.