



**ANALISIS VARIABEL - VARIABEL YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN,
KEPUASAN DAN LOYALITAS KONSUMEN DALAM PEMBELIAN PRODUK
INDUSTRI HILIR KOPI BUBUK PTPN XII (PERSERO) DI JEMBER**

*AN ANALYSIS OF VARIABLES WHICH INFLUENCE THE DECISION,
SATISFACTION AND CONSUMER'S LOYALTY IN BUYING
POWDERED COFFEE FROM THE DOWNSTREAM
INDUSTRY OF PTPN XII Inc. JEMBER*

TESIS

MAGISTER MANAJEMEN

Oleh :

**Ir. ARIEF BUDIYANTO
NIM : 060820101005**

**PROGRAM MAGISTER PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS JEMBER
JEMBER, JUNI 2008**



**ANALISIS VARIABEL - VARIABEL YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN,
KEPUASAN DAN LOYALITAS KONSUMEN DALAM PEMBELIAN PRODUK
INDUSTRI HILIR KOPI BUBUK PTPN XII (PERSERO) DI JEMBER**

*An Analysis Of Variables Which Influence The Decision, Satisfaction and Consumer's
Loyalty In Buying Powdered Coffee from The Downstream
Industry of PTPN XII Inc. Jember*

**TESIS DISERAHKAN KEPADA PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS JEMBER UNTUK MEMENUHI
SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR
MAGISTER MANAJEMEN**

Oleh :

**Ir. ARIEF BUDIYANTO
NIM : 060820101005**

**Pembimbing Tesis
Prof. Dr. R. Andi Sularso, MSM (DPU)
Wiji Utami, SE, Msi (DPA)**

**PROGRAM MAGISTER PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS JEMBER
JEMBER, JUNI 2008**

Lembar Pengesahan

**TESIS INI ATAS NAMA : ARIEF BUDIYANTO, NIM : 060820101005
PROGRAM STUDI MANAJEMEN TELAH DISETUJUI**

Tanggal 11 Mei 2008

Oleh
Pembimbing Utama,

Prof. Dr. R. Andi Sularso, MSM
NIP. 131 624 475

Pembimbing Anggota,

Wiji Utami, SE, MSi
NIP. 132282696

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen

Hadi Paramu, SE, MBA, PhD.
NIP. 152 056 183

**ANALISIS VARIABEL - VARIABEL YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN,
KEPUASAN DAN LOYALITAS KONSUMEN DALAM PEMBELIAN PRODUK
INDUSTRI HILIR KOPI BUBUK PTPN XII (PERSERO) DI JEMBER**

*An Analysis Of Variables Which Influence The Decision, Satisfaction and Consumer's
Loyalty In Buying Powdered Coffee from The Downstream Industry Of PTPN XII Inc.
Jember*

Kami menyatakan bahwa kami telah membaca tesis yang telah dipersiapkan oleh **Arief Budiyanto** ini, dan bahwa, dalam pendapat kami, cukup memuaskan dalam cakupan dan kualitas sebagai suatu tesis untuk memperoleh gelar **Magister Manajemen** dalam bidang **Manajemen Pemasaran**.

Tesis telah dipertahankan di depan tim pembimbing / penguji pada tanggal :

01 JUNI 2008

Susunan Panitia Penguji
Ketua,

Dr. Imam Suroso, SE, MSi
NIP. 131759838

Anggota I,

Anggota II,

Prof. Dr. R. Andi Sularso, MSM
NIP. 131 624 475

Wiji Utami, SE, MSi
NIP. 132282696

Menyetujui
Ketua Program Studi Manajemen,

Hadi Paramu, SE, MBA, PhD.
NIP. 132 056 183

Mengetahui
Direktur Program Pasca Sarjana,

Prof. Dr. A. Khusyairi, MA
NIP. 130 261 689

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur dipanjatkan kehadirat Allah SWT, atas berkat dan rahmatnya sehingga penelitian dan penulisan tesis ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Penyelesaian penelitian dan penulisan tesis ini, banyak dibantu oleh berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada :

- Bpk. Prof. Dr. R. Andi Sularso, MSM dan Ibu Wiji Utami, SE, MSi selaku dosen pembimbing tesis.
- Rektor Universitas Jember, atas kesempatan dan fasilitas yang diberikan kepada penulis untuk mengikuti dan menyelesaikan penelitian Program Magister.
- Bpk. Hadi Paramu, SE. MBA. PhD. selaku ketua Program yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas kepada penulis untuk menambah ilmu di lingkungan Universitas Jember.
- Direktur Program Magister Manajemen Universitas Jember beserta staf yang telah membantu penulis selama mengikuti pendidikan Program Magister.
- Seluruh staf pengajar pada Program Studi Magister Universitas Jember, yang dengan ikhlas memberikan segala ilmu pengetahuan yang mereka miliki kepada penulis sebagai bekal peningkatan pengetahuan.
- Direksi PT. Perkebunan Nusantara XII (Persero) Surabaya, yang telah memberikan ijin dan kesempatan untuk melaksanakan penelitian tesis.
- Selanjutnya kepada istri tercinta Nana, Putriku Icha, dan Putraku Afrian serta semua pihak yang telah membantu, disampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi – tingginya atas segala pengertian dan dorongan semangat mengikuti dan menyelesaikan program pendidikan ini. Semoga tesis ini dapat berguna dan bermanfaat bagi mereka yang berkepentingan.

Jember Juni 2008

Penulis

RINGKASAN

Analisis Variabel – Variabel Yang Mempengaruhi Keputusan, Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Dalam Pembelian Produk Industri Hilir Kopi Bubuk PTPN XII (Persero) di Jember.

Penelitian ini dimaksudkan untuk menganalisis variabel variabel yang mempengaruhi keputusan, kepuasan, dan loyalitas konsumen dalam pembelian produk Industri Hilir Kopi Bubuk PTPN XII (Persero).

Penelitian dilaksanakan di Kabupaten Jember dan metode penelitian yang digunakan adalah metode survei dengan responden penelitian adalah pekerja PNS, ABRI, Wiraswasta, Swasta dan ibu rumah tangga konsumen Kopi Bubuk PTPN XII (Persero) berjumlah 250 responden, yang dipilih berdasarkan teknik accidental sampling. Instrumen yang digunakan adalah kuisioner.

Teknik analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis SEM (*Structural Equation Modeling*) dengan menggunakan program Amos 4.10. pengujian hipotesis alat statistik inferensial pada derajat ketelitian $\alpha = 0,05$. Hasil penelitian menunjukkan :

1. Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dengan nilai standartdize sebesar 0,287, produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai standartdize sebesar 0,263, harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen dengan nilai standartdize sebesar 0,238, harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai standartdize sebesar 0,216, distribusi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen dengan nilai standartdize sebesar 0,286, distribusi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai standartdize sebesar 0,194, promosi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen dengan nilai standartdize sebesar 0,738, promosi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai standartdize sebesar 0,555, keputusan konsumen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai standartdize sebesar 0,055, keputusan konsumen berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas dengan nilai standartdize sebesar 0,413, dan kepuasan konsumen berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas dengan nilai standartdize sebesar 0,323 pada pembelian produk Industri Hilir Kopi Bubuk PTPN XII (Persero).
2. Dari hasil pengujian pengaruh langsung, tidak langsung, dan pengaruh total memberikan sebuah gambaran tentang variabel yang mempunyai pengaruh langsung terbesar terhadap keputusan konsumen yaitu promosi (0,738), pengaruh langsung terbesar terhadap kepuasan konsumen yaitu variabel promosi (0,555), dan pengaruh langsung terbesar terhadap loyalitas adalah variabel keputusan konsumen (0,413).
3. Berdasarkan kedua kesimpulan tersebut, yang dibuktikan baik secara kualitatif maupun kuantitatif dapat disampaikan bahwa produk, harga, distribusi, promosi, keputusan dan kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen, sedang faktor yang paling dominan adalah promosi.

ABSTRACT

An Analysis Of Variables Which Influence The Decision, Satisfaction and Consumer's Loyalty In Buying Powdered Coffee from The Downstream Industry Of PTPN XII Inc. Jember

The research has been designed to analyse variables which influence the decision, satisfaction and consumer's loyalty in buying powdered coffee from downstream industry of PTPN XII (Inc) Jember.

The location is in Jember region and research method that has been used is survey. The respondents comprise of civil servant officers, soldiers, entrepreneurs and house wives who are the consumers of the product from PTPN XII. The number of respondents are 250 who has been picked by accidental sampling technique with the instrument of questionnaires.

The researcher uses SEM (Structural Equation Modelling) to test the hypothesis by using Amos program 4.10 with testing hypothesis in inferential statistic device on the coefficient degree $\alpha = 0,05$ it shows that :

1. The product has a significant effect in consumer's decision with the standardize score of 0,287, the product has a significant effect in consumer's decision with the standardize score of 0,263, price has a significant effect in consumer's decision with the standardize score of 0,238, price has a significant effect in consumer's satisfaction with the standardize score of 0,216, distribution has a significant effect in consumer's decision with the standardize score of 0,286, distribution doesn't have a significant effect in consumer's satisfaction with the standardize score of 0,194, promotion has a significant effect in consumer's decision with the standardize score of 0,738, promotion has a significant effect in consumer's satisfaction with the standardize score of 0,555, consumer's decision doesn't have a significant effect in consumer's satisfaction with the standardize score of 0,055, consumer's decision has a significant effect in loyalty with the standardize score of 0,413, and consumer's satisfaction has a significant effect with the standardize score of 0,323 in consumer's loyalty for the buying activity of powdered coffee of powdered coffee from PTPN XII.
2. SFrom the indirect and direct testing, and the total influence give the measurement of variables that has the biggest direct influence to the consumer's decision and that is promotion (0,738), the biggest direct influence to the consumer's satisfaction is promotion (0,555) and the biggest direct influence to loyalty is consumer's decision (0,413).

Key Words : Marketing Mix, Decision, Satisfaction, and Consumer's Loyalty

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN LEMBAR PENGESAHAN	ii
HALAMAN PENETAPAN PANITIA PENGUJI	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
RINGKASAN	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Pengertian Pemasaran	7
2.1.2 Konsep Pemasaran	7
2.1.3 Strategi Pemasaran	9
2.1.4 Pengertian dan Model Perilaku Konsumen	9
2.1.4.1 Pengertian Perilaku Konsumen	9
2.1.4.2 Model Perilaku Konsumen	10
2.1.5 Keputusan Konsumen	11
2.1.5.1 Tahap – tahap Dalam Proses Pengambilan Keputusan	11
(1) Pengenalan Masalah	12
(2) Pencarian Informasi	12
(3) Evaluasi Alternatif	13
(4) Keputusan Membeli	14

(5) Perilaku Setelah Membeli	15
2.1.6 <i>Marketing Mix</i> (Bauran Pemasaran)	18
(1) Produk	20
(2) Harga	21
(3) Distribusi	22
(4) Promosi	23
2.1.7 Kepuasan Konsumen (<i>Customer Satisfaction</i>)	23
2.1.8 Loyalitas Konsumen (<i>Customer Loyalty</i>)	26
2.2 Penelitian Terdahulu	27
2.3 Kerangka Konseptual dan Hipotesis	29
2.3.1 Kerangka Konseptual	29
2.3.2 Hipotesis	30

BAB III. METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian	32
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	32
3.2.1 Populasi Penelitian	32
3.2.2 Penentuan Besar Sampel Penelitian	32
3.2.3 Metode dan Teknik Pengambilan Sampel	33
3.3 Metode Pengukuran	34
3.4 Lokasi dan Waktu Penelitian	34
3.5 Definisi Operasional Variabel	35
3.5.1 Produk (X ₁)	35
3.5.2 Harga (X ₂)	35
3.5.3 Distribusi (X ₃)	35
3.5.4 Promosi (X ₄)	36
3.5.5 Keputusan Konsumen (Y ₁)	36
3.5.6 Kepuasan Konsumen (Y ₂)	36
3.5.7 Loyalitas Konsumen (Y ₃)	37
3.6 Uji <i>Validitas</i> dan <i>Reliabilitas</i>	37
3.6.1 Uji <i>Validitas</i>	37
3.6.2 Uji <i>Reliabilitas</i>	37
3.7 Teknik Analisis Data	38

BAB IV. HASIL PENELITIAN ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian	44
4.1.1 Perkembangan Kopi PTPN XII (Persero)	44
4.1.2 Industri Hilir Kopi Bubuk	45
4.1.3 Deskripsi Responden	45
4.2 Uji <i>Validitas</i> dan <i>Reliabilitas</i>	48
4.2.1 Uji <i>Validitas</i>	48
4.2.2 Uji <i>Reliabilitas</i>	51
4.3 Uji <i>Measurement Model</i>	52
4.3.1 Uji Konstruk Variabel <i>Eksogen</i>	52
4.3.2 Uji Konstruk variabel <i>Endogen</i>	58
4.4 Analisis Model Struktural (<i>Structural Model</i>)	64
4.4.1 Kesesuaian Model Struktural	65
4.5 Uji Hipotesis	69
4.6 Pembahasan	73
4.6.1 Interpretasi Hasil Statistik	73
4.6.2 Implikasi Hasil Penelitian Terhadap Industri Hilir Kopi Bubuk PTPN XII (Persero)	78

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	83
5.2 Saran	84

DAFTAR PUSTAKA

86

DAFTAR TABEL

2.1	Proses Evaluasi Alternatif Berdasarkan Model Pengambilan Keputusan	14
2.2	Bauran Pemasaran Menurut Mc. Carthy & David A. Collier	19
3.1	Kriteria Reliabilitas	38
4.1	Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
4.2	Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	46
4.3	Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Pendidikan	47
4.4	Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Pendapatan	48
4.5	Uji Validitas Variabel Produk	48
4.6	Uji Validitas Variabel Harga	49
4.7	Uji Validitas Variabel Distribusi	49
4.8	Uji Validitas Variabel Promosi	49
4.9	Uji Validitas Variabel Keputusan Konsumen	50
4.10	Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen	50
4.11	Uji Validitas Variabel Loyalitas Konsumen	51
4.12	Uji <i>Reliabilitas</i> Variabel	52
4.13	Estimasi Parameter Variabel <i>Eksogen</i>	54
4.14	Reliabilitas Konstruksi Variabel <i>Eksogen</i>	55
4.15	Varian Ekstrak Variabel <i>Eksogen</i>	56
4.16	Evaluasi Atas Normalitas Data Variabel <i>Eksogen</i>	57
4.17	Estimasi Parameter Variabel <i>Endogen</i>	59
4.18	Reliabilitas Konstruksi Variabel <i>Endogen</i>	60
4.19	Varian Ekstrak Variabel <i>Endogen</i>	62
4.20	Evaluasi Atas Normalitas Data Variabel <i>Endogen</i>	63
4.21	Uji Kriteria <i>Goodness of Fit</i> Tahap Awal	66
4.22	Uji Kriteria <i>Goodness of Fit</i> Tahap Akhir	67
4.23	Hasil Analisis <i>Structural Equation Model</i>	68
4.24	Hasil Pengujian Hipotesis	70
4.25	Hasil Pengujian Langsung, Tidak Langsung dan Pengaruh Total	80

DAFTAR GAMBAR

2.1	Konsep Inti Pemasaran	8
2.2	Perbandingan Konsep Penjualan dan Pemasaran	9
2.3	Model Perilaku Konsumen	11
2.4	Proses Pengambilan Keputusan	11
2.5	Proses Keputusan Pembelian Engel & Blackwell	16
2.6	Proses Keputusan Pembelian Secara Rutin Engel & Blackwell (1982)	17
2.7	Empat P Dalam Bauran Pemasaran	19
3.1	Kerangka Konseptual	29
4.1	<i>Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel Eksogen	53
4.2	<i>Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel Endogen	58
4.3	Model Struktural	65
4.4	<i>Modification Indes Confirmatory Factor Analysis</i>	67
4.5	Diagram Jalur Hasil Pengujian Hipotesis	81

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Daftar Kuisioner
- Lampiran 2. Data Jawaban Responden
- Lampiran 3. *Validity & Reliability*
- Lampiran 4. Uji Konstruk *Eksogen*
- Lampiran 5. Uji Konstruk *Endogen*
- Lampiran 6. *Structural Equation Model*