

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA
PT FATAHILLAH ANUGERAH NIBRAS (NBRS CORP)
PONDOK AREN TANGERANG SELATAN**

TESIS



Disusun Oleh:

KIPTIYAH
2220414049

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISINIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**

2024

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA
PT FATAHILLAH ANUGERAH NIBRAS (NBRS CORP)
PONDOK AREN TANGERANG SELATAN**

TESIS

Untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Magister Manajemen (MM) pada program studi Magister Manajemen Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Jember



Disusun Oleh:

KIPTIYAH
2220414049

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISINIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**

2024


PERSETUJUAN PEMBIMBING


**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA
PT FATAHILLAH ANUGERAH NIBRAS (NBRAS CORP)
PONDOK AREN TANGERANG SELATAN**

Yang di susun Oleh Kiptiyah Telah disetujui untuk dipertahankan di depan
Tim Penguji pada tanggal 12 Juli 2024

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping


Dr. Nurul Qomariah, M.M
NPK. 06 03 426


Dr. Ni Nyoman Putu Martini G., S.E., M.M.
NPK. 02 03 499

PENGESAHAN TESIS


Yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa tesis berjudul :

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA
PT. FATAHILLAH ANUGERAH NIBRAS (NBRS CORP)
PONDOK AREN TANGERANG SELATAN**

Yang di susun Oleh Kiptiyah Telah disetujui untuk dipertahankan di depan


Tim Penguji pada tanggal 12 Juli 2024


Tim Penguji,
Ketua,


Dr. Arik Susbiyani, S.E., M.Si.
NPK. 01 09 289

Anggota 1



Anggota 2


Dr. Nurul Qomariah, M.M.
NPK. 06 03 426


Dr. Ni Nyoman Puta Martini G., S.E., M.M.
NPK. 02 03 499

Mengesahkan :

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis



Maheni Ika Sari, SE, M.M
NIP. 197708112005012001

PERNYATAAN ORISINALITAS TESIS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Kiptiyah

Nim : 2220414049

Prodi : Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Jember

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah Tesis ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka

Jember, 12 Juli 2024

Mahasiswa,

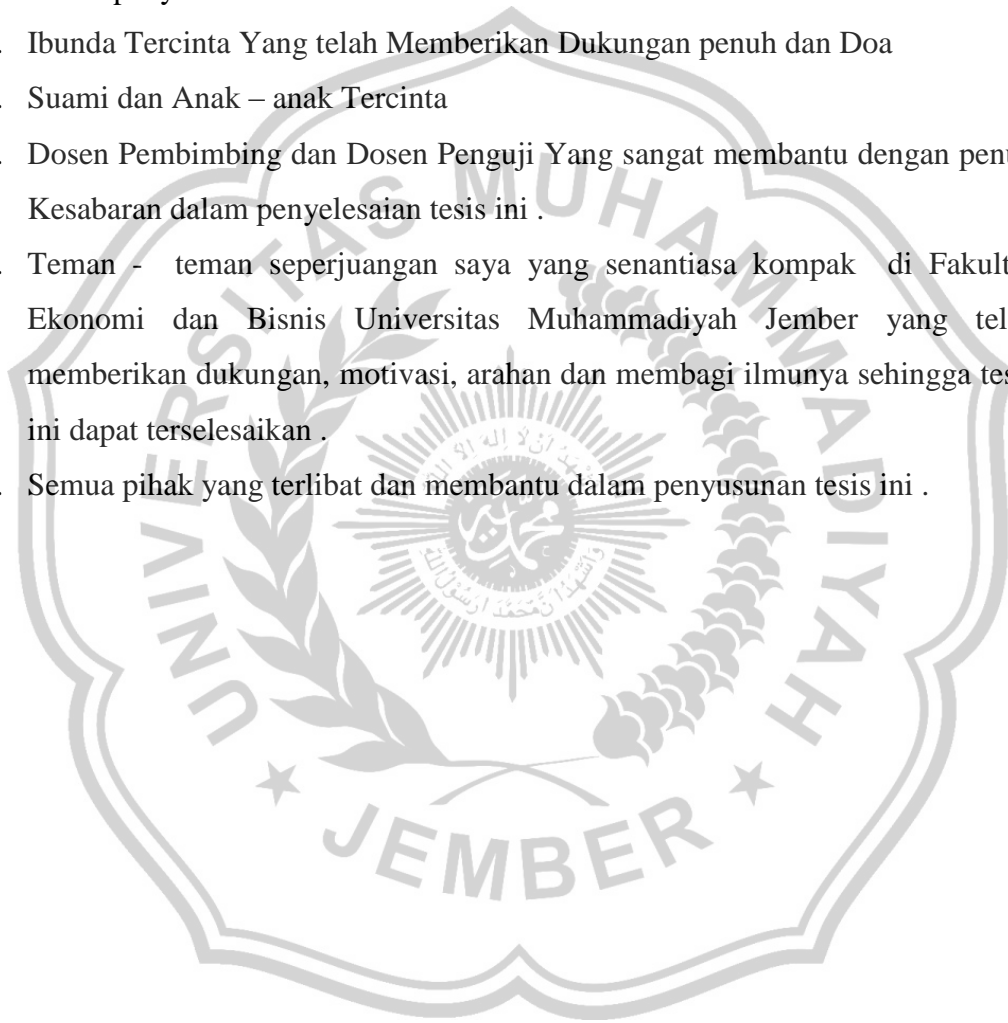


KIPTIYAH
2220414049

PERSEMBAHAN

Tesis ini saya persembahkan sebagai bentuk tanggung jawab dan ucapan terima kasih saya kepada :

1. Allah SWT Yang telah Memberikan Kesehatan kemudahan dan kelancaran dalam penyusunan Tesis ini .
2. Ibunda Tercinta Yang telah Memberikan Dukungan penuh dan Doa
3. Suami dan Anak – anak Tercinta
4. Dosen Pembimbing dan Dosen Penguji Yang sangat membantu dengan penuh Kesabaran dalam penyelesaian tesis ini .
5. Teman - teman seperjuangan saya yang senantiasa kompak di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan dukungan, motivasi, arahan dan membagi ilmunya sehingga tesis ini dapat terselesaikan .
6. Semua pihak yang terlibat dan membantu dalam penyusunan tesis ini .



UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas berkat dan rahmatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PT. FATAHILLAH ANUGERAH NIBRAS (NBRS CORP) PONDOK AREN TANGERANG SELATAN”**, sebagai salah satu persyaratan yang wajib dipenuhi oleh mahasiswa pascasarjana Universitas Muhammadiyah Jember untuk memperoleh gelar Magister Manajemen. Penulis menyampaikan banyak terimakasih yang sebesar-besarnya terhadap berbagai kalangan serta pihak yang telah memberikan dorongan dalam menyusun penulisan tesis ini, antara lain :

1. Dr. Hanafi, M.Pd selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Jember, yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menempuh Pendidikan S2.
2. Maheni Ika Sari, SE, M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Dr. Ni Nyoman Putu Martini G. M.M, Dosen Pembimbing Pendamping yang sangat telaten, sabar, senantiasa memberikan motivasi dalam menyelesaikan tesis ini
4. Dr. Nurul Qomariah, MM, selaku pembimbing utama yang bersedia meluangkan waktu untuk membimbing penulis selama penyusunan tesis ini, dan selalu memberikan masukan dan dukungan selama pengerjaan tesis ini.
5. Dr. Arik Susbiyani, SE, M.Si., selaku ketua penguji yang telah meluangkan waktu untuk hadir dan menguji tesis yang telah penulis susun.
6. Seluruh Dosen Pengajar Program Studi Magister Ilmu manajemen Universitas Muhammadiyah Jember.
7. Seluruh Staf Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember.
8. Civitas Akademika Universitas Muhammadiyah Jember .

Semoga Allah memberikan keberkahan atas segala kebaikan yang telah diberikan oleh banyak pihak sehingga penelitian dalam bentuk tesis ini dapat di selesaikan .

Wassalamu"alaikum Wr. Wb.

Jember, 12 Juli 2024

Penulis



KATA PENGANTAR

Assalamuallaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT Yang Maha Kuasa pengasih dan penyayang, Segala nikmat dan karunia yang telah Allah berikan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis dengan judul Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada PT. Fatahillah Anugerah Nibras (NBRS Corp) Pondok Aren Tangerang Selatan. Sholawat dan salam semoga selalu tercurahkan kepada hamba Allah yang paling dikasihi NYA, penutup para Rosul dan para Nabi , pembawa risalah islam, dialah Nabi Muhammad SAW.

Penulisan tesis ini tidak dapat dilakukan tanpa dukungan dan bantuan dari Dosen Pembimbing, Dosen Penguji, Doa dari orang tua, keluarga, sahabat, serta teman- teman. Semoga tesis ini dapat membawa kemanfaatan bagi pembaca dan peneliti selanjutnya .

Wassalamu"alaikum Wr. Wb.

Jember, 12 Juli 2024

Penulis

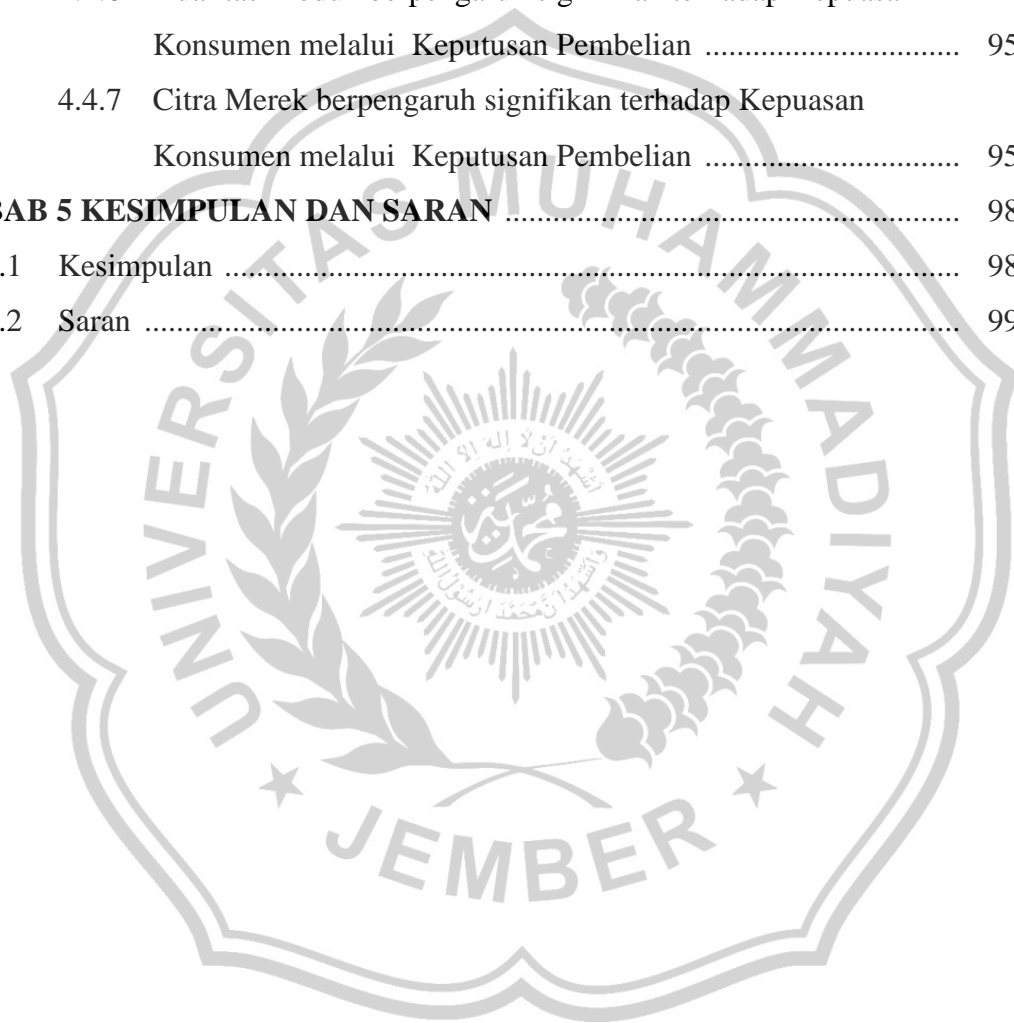
DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN COVER LUAR	i
HALAMAN COVER DALAM	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN TESIS	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS TESIS	v
PERSEMBAHAN	vi
UNGKAPAN TERIMA KASIH	vii
KATA PENGANTAR	ix
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan penelitian	13
1.4 Manfaat Akademis	14
1.4.1 Manfaat Akademis	14
1.4.2 Manfaat Praktis	14
1.4.3 Manfaat Kebijakan	14
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Grand Theory	15
2.2 Kajian Teori	16
2.2.1 Manajemen Pemasaran	16
2.2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	16
2.2.1.2 Fungsi Manajemen Pemasaran	17
2.2.1.3 Tujuan Manajemen Pemasaran	18

2.2.2	Kepuasan Konsumen	18
2.2.2.1	Kepuasan Konsumen	18
2.2.2.2	IndikatorKepuasan Konsumen.....	19
2.2.3	Keputusan Pembelian	21
2.2.3.1	Pengertian Keputusan Pembelian	21
2.2.3.1	Indikator Keputusan Pembelian.....	22
2.2.4	Kualitas Produk.....	23
2.2.4.1	Pengertian Kualitas Produk	23
2.2.4.2	Indikator Kualitas Produk.....	24
2.2.5	Citra Merek.....	25
2.2.5.1	Pengertian Citra Merek.....	25
2.2.5.2	Indiktor Citra Merek	26
2.3	Penelitian terdahulu	27
2.4	Kerangka Konseptual	45
2.5	Pengembangan Hipotesis	46
2.5.1	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	46
2.5.2	Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	47
2.5.3	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen	48
2.5.4	Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen	50
2.5.5	Pengaruh Keputusan Pembelian terhadap Kepuasan Konsumen	51
2.5.6	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen melalui Keputusan Pembelian	53
2.5.7	Pengaruh Citra Merek terhadap terhadap Kepuasan Konsumen melalui Keputusan Pembelian	55
BAB 3 METODE PENELITIAN		58
3.1	Desain Penelitian	58
3.2	Variabel Peneltian	59
3.2.1	Variabel Bebas (Independent Variable)	59
3.2.2	Variabel Terikat (Dependent Variable)	60
3.2.3	Variabel Intervening	60
3.3	Definisi Operasional	60

3.3.1	Kepuasan Konsumen	60
3.3.2	Keputusan Pembelian	61
3.3.3	Kualitas Produk	62
3.3.4	Citra Merek	63
3.4	Populasi Penelitian	64
3.5	Sampel Penelitian	64
3.6	Jenis dan Sumber Data	66
3.6.1	Jenis Penelitian	66
3.6.2	Sumber Data	66
3.7	Teknik Pengumpulan Data	67
3.8	Metode Analisis Data	68
3.8.1	Alat Analisis	69
3.8.2	Merancang Model Struktural (Inner Model)	70
3.8.3	Merancang Model Pengukuran (Outer Model)	70
BAB 4	HASIL DAN PEMBAHASAN	73
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	73
4.2	Deskripsi Variabel Penelitian	74
4.2.1	Variabel Kualitas Produk	74
4.2.2	Variabel Citra Merek	76
4.2.3	Variabel Keputusan Pembelian	77
4.2.4	Variabel Kepuasan Konsumen	78
4.3	Hasil Analisa Data	79
4.3.1	Evaluasi Outer Model	79
4.3.2	Evaluasi Inner Model	81
4.3.3	Rangkuman Uji Hipotesis	88
4.4	Pembahasan	89
4.4.1	Kualitas Produk Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian	89
4.4.2	Citra Merek Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian	91
4.4.3	Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan	

Konsumen	92
4.4.4 Citra Merek Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen	93
4.4.5 Keputusan Pembelian Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen	94
4.4.6 Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen melalui Keputusan Pembelian	95
4.4.7 Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen melalui Keputusan Pembelian	95
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	98
5.1 Kesimpulan	98
5.2 Saran	99



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Rekapitulasi Penjualan Produk PT. Fatahillah Anugerah NIBRAS Tahun 2019 s/d 2023	8
Tabel 2.1 Penelitian Azhari at all 2016.....	27
Tabel 2.2 Penelitian Prasetya I Putu Heri, at all 2023	28
Tabel 2.3 Penelitian Viando Hendrian Rachmad Alif, at all 2023	29
Tabel 2.4 Penelitian Syifa Nur Avidha dan Agung Budiarmo 2020	30
Tabel 2.5 Penelitian Carolina Putri Dewanti, at all 2023	31
Tabel 2.6 Penelitian Choirul Herdiansyah 2021	32
Tabel 2.7 Penelitian Damaryanti Febri, at all (2022)	33
Tabel 2.8 Penelitian Haidar Abdul Afif, 2023	34
Tabel 2.9 Penelitian Gedalia dan Subagio, 2015	35
Tabel 2.10 Penelitian Yunita dan Indriyatni 2022	36
Tabel 2.11 Penelitian Ilham Dwi Nugroho dan Siti Sarah 2021.....	37
Tabel 2.12 Penelitian Wulandari dan Nurcahya 2015	38
Tabel 2.13 Penelitian Penny Rahmawaty 2014	39
Tabel 2.14 Penelitian Emi Suryoningsih, at all 2016	40
Tabel 2.15 Penelitian Djanur Magenta dan Johannes Sugiarto PH (2015).....	41
Tabel 2.16 Penelitian Ahmad Fahrezi dan Uuh Sukaesih 2020.....	42
Tabel 2.17 Penelitian Christania A.S. Wowor, at all 2021	43
Tabel 2.18 Penelitian Penelitian Aghitsni dan Busyra (2022).....	44
Tabel 3.1 Skala Penilaian Untuk Pernyataan Positif.....	68
Tabel 4.1 Distribusi Responden Atas Jawaban Variabel Kualitas Produk	74
Tabel 4.2 Distribusi Responden Atas Jawaban Variabel Citra Merek	76
Tabel 4.3 Distribusi Responden Atas Jawaban Variabel Keputusan Pembelian	77
Tabel 4.4 Distribusi Responden Atas Jawaban Variabel Kepuasan Konsumen	78
Tabel 4.5 Combined loadings and cross-loadings	80
Tabel 4.6 Perbandingan Akar dari AVE dengan Korelasi antar Variable	80
Tabel 4.7 Uji Reliabilitas	81

Tabel 4.8 Nilai Koefisien Jalur Pengaruh Langsung	82
Tabel 4.9 Koefisien Jalur Pengaruh Tidak Langsung	84
Tabel 4.10 Total Effects	84
Tabel 4.11 Uji Model Penelitian	87
Tabel 4.12 Koefisien Determinasi	88
Tabel 4.13 Rangkuman Uji Hipotesis	89



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Rekapitulasi Penjualan Produk NIBRAS Tahun 2019 s/d 2023.....	10
Gambar 2.1 Grand Theory, Middle Theory dan Applie Theory	15
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual	45
Gambar 4.1 Model Hipotesis	86

