

TESIS

**Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Orientasi Pasar,
dan Kepuasan Konsumen Terhadap Kinerja Pemasaran
PT. Wisang Utama Mandiri Surabaya**



Oleh:

Navi Muda Priyatna
NIM: 71.131.0.1588

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2015**

TESIS

**Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Orientasi Pasar,
dan Kepuasan Konsumen Terhadap Kinerja Pemasaran
PT. Wisang Utama Mandiri Surabaya**



Oleh:

Navi Muda Priyatna
NIM: 71.131.0.1588

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2015**

**Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Orientasi Pasar,
dan Kepuasan Konsumen Terhadap Kinerja Pemasaran
PT. Wisang Utama Mandiri Surabaya**

TESIS

**Untuk memenuhi sebagian persyaratan
Guna mencapai gelar Magister Manajemen**



Oleh:

Navi Muda Priyatna
NIM: 71.131.0.1588

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2015**

TESIS

Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Orientasi Pasar, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Kinerja Pemasaran PT. Wisang Utama Mandiri Surabaya



Diajukan Oleh:

Navi Muda Priyatna
NIM: 71.131.0.1588

Disetujui untuk diuji :

Surabaya, _____

Penguji I : Dr. Sigit Sardjono, M.Ec. _____

Penguji II : Dr. Wiwik Retnaningsih, M.M. _____

TESIS

Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Orientasi Pasar, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Kinerja Pemasaran PT. Wisang Utama Mandiri Surabaya

Diajukan Oleh:

Navi Muda Priyatna
NIM: 71.131.0.1588

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji
dan dinyatakan lulus pada ujian tesis Program Studi Magister Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Pada tanggal 20 Pebruari 2015

Tim Penguji

Ketua : Dr. Sigit Sardjono, M.Ec _____

Anggota : Dr. Nanis Susanti, M.M. _____

Anggota : Dr. Ayun Maduwinarti, MP. _____

Dekan

Dr. Sigit Sardjono, M.Ec
NPP.20210.86.0070

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr Wb

Dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT atas kasih dan karunia serta kelancaran dan kemudahan yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Orientasi Pasar, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Kinerja Pemasaran PT. Wisang Utama Mandiri Surabaya”.

Berbagai upaya dan doa telah dilakukan oleh penulis serta dukungan moril dari berbagai pihak yang telah membantu sehingga terselesainya tesis ini. Rasa penghargaan dan ucapan terima kasih yang sebesar besarnya penulis haturkan kepada berbagai pihak yang telah banyak memberikan bantuan dan dukungan kepada penulis. Dengan rasa hormat penulis ucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Sigit Sardjono. M.Ec, selaku dosen pembimbing 1, dan sekaligus sebagai Dekan Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah memberikan pengarahan dari awal hingga akhir penulisan tesis ini.
2. Dr. Wiwik Retnaningsih, M.M, selaku dosen pembimbing 2, yang juga telah memberikan pengarahan dari awal hingga akhir penulisan tesis ini.
3. Prof. Dr. Drg. Hj. Ida Brahmawati, Dipl.DHE, MPA., selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Dr. Amiartuti Kusmaningtyas, SH, M.M, selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Pascasarjana Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
5. Bapak dan Ibu Dosen di lingkungan Pascasarjana Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

6. Staf Administrasi Program Studi Magister Manajemen Pascasarjana Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
7. Bapak yang selalu menjadi motivator dalam hidup saya, dan Ibu yang selalu memberikan semangat dan doa bagi saya.
8. Istriku tercinta Indrawati Purbaningsih, SE., serta anak-anakku tercinta M. Alviando WP dan M. Farrel Septa Devara yang menjadi motivasi serta inspirasi dalam hidup saya.
9. Pihak-pihak lain yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari segala sesuatu tidak ada yang sempurna, termasuk tesis ini masih jauh dari sempurna, sehingga kritik dan saran sangat diharapkan untuk kesempurnaan tesis ini.

Wassalamu'alaikum Wr Wb

Surabaya, 14 Januari 2015

Peneliti

ABSTRACT

Company competition surrounding today is colored with the fast changes and full of uncertainties. And, the problem faced by companies in present is the decrease of job volume, in which this matter takes place due to the impact of the decline of demands for the electric installation construction service to PT. Wisang Utama Mandiri. The job volume decline, perhaps, there any factors causing it, they are, among others, the poorly service quality, the market demands that not accommodated by the company, even the consumer satisfaction that not yet maximal, these cases, of course, so impacted on company incomes.

From the result of testing on model in this research, by using random sampling, structural equation model (SEM) analysis, and the assistance of software Amos 22, on 100 respondents, that it was able to explain the Analysis of the Effects of Service Quality, Market Orientation, and Consumer Satisfaction on the Marketing Performance of PT. Wisang Utama Mandiri of Surabaya.

The research result indicated that: 1) Service quality has effect on consumer satisfaction. 2) Service quality has effect marketing performace. 3) Market orientation has effect on consumer satisfaction. 4) Market orientation has effect on marketing performance. 5) Employee job satisfaction has significant effect on marketing performance.

Of the three variables hypothesized as influential in this research, whose value largest is the direct relevance between market orientation and marketing performance.

Key words: *PT. Wisang Utama Mandiri, Service quality, Market orientation, Job satisfaction, Marketing performance*

3.2. Hipotesis.....	42
---------------------	----

BAB IV.

METODE PENELITIAN

4.1. Rancangan Penelitian	44
4.2. Populasi dan Sampel Penelitian.....	44
4.2.1 Populasi Penelitian	44
4.2.2 Sampel Penelitian	46
4.3. Identifikasi Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	47
4.3.1 Variabel Penelitian.....	48
4.3.2 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	48
4.4. Instrumen Penelitian	52
4.5. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	53
4.6. Teknik Pengumpulan Data.....	53
4.7. Teknik Analisis Data.....	53
4.7.1 Analisis Deskriptif.....	54
4.7.2 Uji Validitas Dan Reabilitas.....	54
4.7.3 Pengujian Hipotesis.....	55

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS HASIL PENELITIAN

5.1 Data Hasil Penelitian.....	60
5.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	60
5.1.2 Data dan Sumber Data Penelitian.....	60
5.1.3 Deskripsi Responden.....	61
5.2 Analisis Hasil Penelitian	64
5.2.1 Hasil Uji Validitas	65
5.2.2 Hasil Uji Reliabilitas	67
5.2.3 Deskripsi Variabel Penelitian.....	69
5.2.4 Evaluasi Hasil Validasi Data.....	75
5.2.4.1 Evaluasi Normalitas	75
5.2.4.2 Evaluasi Outlieritas	76
5.2.4.3 Multikolinieritas	77
5.2.5 Uji Model penelitian	78
5.2.5.1 <i>Measurement</i> Model Penelitian	79
5.2.5.2 Struktur Model Penelitian	87
5.2.5.3 Uji Kesesuaian Model (<i>Goodness of Fit Test</i>).....	88
5.2.5.4 Pengujian Parameter	89
5.2.5.5 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	91
5.2.5.6 Pengujian Hipotesis	92
5.3 Pembahasan	94
5.3.1 Pengaruh Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen di PT. Wisang Utama Mandiri Surabaya.....	95
5.3.2 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kinerja Pemasaran di PT. Wisang Utama Mandiri Surabaya	97

5.3.3 Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kepuasan Konsumen di PT. Wisang Utama Mandiri Surabaya	99
5.3.4 Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran di PT. Wisang Utama Mandiri Surabaya.....	101
5.3.5 Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Kinerja Pemasaran di PT. Wisang Utama Mandiri Surabaya.....	102
5.4 Keterbatasan Studi	105

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan	106
6.2 Saran-Saran	108

DAFTAR PUSTAKA.....	110
---------------------	-----

LAMPIRAN	112
----------------	-----

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 Indeks kesesuaian dalam SEM (<i>Goodness of Fit Index</i>)	58
Tabel 5.1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	61
Tabel 5.2 Distribusi Responden Berdasarkan Umur.....	62
Tabel 5.3 Distribusi Responden Berdasarkan Jenjang Studi	63
Tabel 5.4 Distribusi Responden Berdasarkan Status perkawinan	64
Tabel 5.5 Hasil Uji Validitas Korelasi <i>Pearson</i>	65
Tabel 5.6 Hasil Uji Reliabilitas dengan <i>Cronbach alpha</i> (α)	68
Tabel 5.7 Deskripsi Variabel Kualitas Layanan	71
Tabel 5.8 Deskripsi Variabel Orientasi Pasar	72
Tabel 5.9 Deskripsi Variabel Kepuasan Konsumen	73
Tabel 5.10 Deskripsi Variabel Kinerja Pemasaran	74
Tabel 5.11 Hasil Pengujain Skewness dan Kurtosis	75
Tabel 5.12 Mahalanobis Terbesar	76
Tabel 5.13 Faktor <i>Loading</i> Kualitas Layanan	82
Tabel 5.14 Faktor <i>Loading</i> Orientasi Pasar.....	83
Tabel 5.15 Faktor <i>Loading</i> Kepuasan Konsumen	85
Tabel 5.16 Faktor <i>Loading</i> Kinerja Pemasaran.....	86
Tabel 5.17 <i>Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel Penelitian	87
Tabel 5.18 Hasil Uji <i>Goodness of Fit Index Structural Model</i>	88
Tabel 5.19 Estimasi Parameter Final Model	89
Tabel 5.20 Koefisien Jalur Antar Variabel	91
Tabel 5.21 Koefisien Determinasi	91
Tabel 5.22 Hasil Uji Hipotesis Penelitian	94

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 3.1 Kerangka Konseptual	42
Gambar 5.1 Model Analisis SEM Penelitian	79
Gambar 5.2 Diagram Variabel Kualitas Layanan	81
Gambar 5.3 Diagram Variabel Orientasi Pasar	82
Gambar 5.4 Diagram Variabel Kepuasan Konsumen	84
Gambar 5.5 Diagram Variabel Kinerja Pemasaran.....	86
Gambar 5.7 Struktural Model Penelitian	89

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
1. Kuesioner	112
2. Tabel Mapping Penelitian.....	115
3. Descriptiv Variabel & Bio Data Responden	120
4. Analisis Validitas	122
5. Analisis Reliabilitas	126
6. Faktor <i>Loading</i> Variabel	133
7. Analisis Model Penelitian.....	136
8. Tabulasi Responden 100.....	146
9. Uji Validasi Instrumen 30 Responden	147

TESIS

Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Orientasi Pasar, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Kinerja Pemasaran PT. Wisang Utama Mandiri Surabaya

Diajukan Oleh:

Navi Muda Priyatna
NIM: 71.131.0.1588

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji
dan dinyatakan lulus pada ujian tesis Program Studi Magister Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Pada tanggal 20 Pebruari 2015

Tim Penguji

Ketua : Dr. Sigit Sardjono, M.Ec

Anggota : Dr. Nanis Susanti, M.M.

Anggota : Dr. Ayun Maduwinarti, MP.



Dekan



Dr. Sigit Sardjono, M.Ec
NPP.20210.86.0070

TESIS

Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Orientasi Pasar, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Kinerja Pemasaran PT. Wisang Utama Mandiri Surabaya



Diajukan Oleh:

Navi Muda Priyatna
NIM: 71.131.0.1588

Disetujui untuk diuji :

Surabaya, 09-02-2015

Penguji I : Dr. Sigit Sardjono, M.Ec.

Penguji II : Dr. Wiwik Retnaningsih, M.M.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr Wb

Dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT atas kasih dan karunia serta kelancaran dan kemudahan yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Orientasi Pasar, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Kinerja Pemasaran PT. Wisang Utama Mandiri Surabaya”.

Berbagai upaya dan doa telah dilakukan oleh penulis serta dukungan moril dari berbagai pihak yang telah membantu sehingga terselesainya tesis ini. Rasa penghargaan dan ucapan terima kasih yang sebesar besarnya penulis haturkan kepada berbagai pihak yang telah banyak memberikan bantuan dan dukungan kepada penulis. Dengan rasa hormat penulis ucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Sigit Sardjono. M.Ec, selaku dosen pembimbing 1, dan sekaligus sebagai Dekan Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah memberikan pengarahan dari awal hingga akhir penulisan tesis ini.
2. Dr. Wiwik Retnaningsih, M.M, selaku dosen pembimbing 2, yang juga telah memberikan pengarahan dari awal hingga akhir penulisan tesis ini.
3. Prof. Dr. Drg. Hj. Ida Brahmawati, Dipl. DHE, MPA., selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Dr. Amiartuti Kusmaningtyas, SH, M.M, selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Pascasarjana Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

5. Bapak dan Ibu Dosen di lingkungan Pascasarjana Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
6. Staf Administrasi Program Studi Magister Manajemen Pascasarjana Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
7. Bapak yang selalu menjadi motivator dalam hidup saya, dan Ibu yang selalu memberikan semangat dan doa bagi saya.
8. Istriku tercinta Indrawati Purbaningsih, SE., serta anak-anakku tercinta M. Alviando WP dan M. Farrel Septa Devara yang menjadi motivasi serta inspirasi dalam hidup saya.
9. Pihak-pihak lain yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari segala sesuatu tidak ada yang sempurna, termasuk tesis ini masih jauh dari sempurna, sehingga kritik dan saran sangat diharapkan untuk kesempurnaan tesis ini.

Wassalamu'alaikum Wr Wb

Surabaya, 14 Januari 2015

Penulis

ABSTRACT

Company competition surrounding today is colored with the fast changes and full of uncertainties. And, the problem faced by companies in present is the decrease of job volume, in which this matter takes place due to the impact of the decline of demands for the electric installation construction service to PT. Wisang Utama Mandiri. The job volume decline, perhaps, there any factors causing it, they are, among others, the poorly service quality, the market demands that not accommodated by the company, even the consumer satisfaction that not yet maximal, these cases, of course, so impacted on company incomes.

From the result of testing on model in this research, by using random sampling, structural equation model (SEM) analysis, and the assistance of software Amos 22, on 100 respondents, that it was able to explain the Analysis of the Effects of Service Quality, Market Orientation, and Consumer Satisfaction on the Marketing Performance of PT. Wisang Utama Mandiri of Surabaya.

The research result indicated that: 1) Service quality has effect on consumer satisfaction. 2) Service quality has effect marketing performace. 3) Market orientation has effect on consumer satisfaction. 4) Market orientation has effect on marketing performance. 5) Employee job satisfaction has significant effect on marketing performance.

Of the three variables hypothesized as influential in this research, whose value largest is the direct relevance between market orientation and marketing performance.

Key words: ***PT. Wisang Utama Mandiri, Service quality, Market orientation, Job satisfaction, Marketing performance***