

**PENGARUH REPUTASI PERUSAHAAN & KUALITAS LAYANAN  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA REKRUTMEN  
PROFESSIONAL  
(STUDI KASUS INDUSTRI HEADHUNTER)**

**TESIS**



**Disusun Oleh :**

**FERNANDO**

**2161001002**

**MAGISTER MANAJEMEN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS BAKRIE**

**2020**

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tesis ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan benar.

Nama : Fernando

NIM : 2161001002

Tanda Tangan :

Tanggal : 17 Februari 2020

### HALAMAN PENGESAHAN

Tesis ini diajukan oleh:

Nama : Fernando

NIM : 2161001002

Program Studi : Magister Management Universitas Bakrie


Judul Tesis : Pengaruh Reputasi Perusahaan & Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Jasa Rekrutmen Professional (Studi Kasus Industri Headhunter)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen – Universitas Bakrie.

### DEWAN PENGUJI

Pembimbing I : Dr. Ir. Dimas Angga Negoro.,MM.,IPM.  (.....)

Pembimbing II : Dr. Ir. BP Kusumo Bintoro, MBA.  (.....)

Penguji I : Dr. Lenny Christina Nawangsari, ST.,MM.  (.....)

Penguji II : Dr. Ir. Okder Pendrian., MBA.  (.....)

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 17 Februari 2020

## UNGKAPAN TERIMAKASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tesis ini. Penulisan Tesis ini dilakukan sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Studi Magister Manajemen Universitas Bakrie. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tesis ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

- 1) Dr. Ir. Dimas Angga Negoro.,MM.,IPM, dan Dr. Ir. BP Kusumo Bintoro., MBA selaku dosen pembimbing yang senantiasa menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dan memberikan dukungan dalam penyusunan tesis ini.
- 2) Dr. Lenny Christina Nawangsari, ST., M.M., dan Dr. Ir Okder Pendrian., MBA selaku dosen penguji yang telah berkenan menguji penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis.
- 3) Orang tua serta keluarga saya yang telah mendoakan, memberikan semangat dan dukungan moral sehingga saya terus memiliki energi dan komitmen untuk menyelesaikan tesis ini.
- 4) Bapak dan Ibu dosen serta staff Magister Manajemen Universitas Bakrie. Terima kasih untuk semua ilmu dan kebaikan yang sudah diberikan.
- 5) Teman-teman kampus di Magister Manajemen Universitas Bakrie batch 5, 6 dan 7, serta teman teman lainnya.

Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga tesis ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 17 Februari 2020

Penulis

### HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fernando

NIM : 2161001002

Program Studi : Magister Manajemen

Jenis Tesis : Riset Bisnis (*Business Research*)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

### PENGARUH REPUTASI PERUSAHAAN & KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA REKRUTMEN PROFESSIONAL (STUDI KASUS INDUSTRI HEADHUNTER)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 17 Februari 2020

Yang menyatakan,



(Fernando)

**PENGARUH REPUTASI PERUSAHAAN & KUALITAS LAYANAN  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA REKRUTMEN  
PROFESSIONAL  
(STUDI KASUS INDUSTRI HEADHUNTER)  
FERNANDO**

**ABSTRAK**

*Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh reputasi perusahaan dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian jasa headhunter. Hal ini untuk mengetahui dasar pertimbangan konsumen dalam memilih perusahaan headhunter, dan bagi perusahaan headhunter penelitian ini dapat menjadi referensi dalam menjaga hubungan dengan para pelanggan mereka. Terdapat 3 hipotesis yang diuji, dan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan melakukan survey. Metode pengambilan sampel yaitu menggunakan probability sampling dengan jumlah sampel 115 responden berdasarkan rumus hair. Adapun dalam menganalisa data penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Reputasi perusahaan dan kualitas layanan keduanya berpengaruh terhadap keputusan pembelian jasa headhunter, dengan faktor utama yang memiliki relevansi lebih tinggi adalah variable kualitas layanan.*

*Kata kunci:*

*Reputasi perusahaan, kualitas layanan, keputusan pembelian, headhunter.*

**PENGARUH REPUTASI PERUSAHAAN & KUALITAS LAYANAN  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA REKRUTMEN  
PROFESSIONAL  
(STUDI KASUS INDUSTRI HEADHUNTER)  
FERNANDO**

**ABSTRAK**

*This study aims to analyze the effect of company reputation and service quality on purchasing decisions for headhunter services. This study is to determine the basis for consumer considerations in choosing a headhunter company, and for headhunter companies this research can be a reference in maintaining relationships with their customers. There are 3 hypotheses tested, and this study uses quantitative methods by conducting surveys. The sampling method is using probability sampling with a sample size of 115 respondents based on the hair formula. As for analyzing the data of this study using multiple linear regression analysis methods. The company's reputation and service quality both influence the decision to purchase headhunter services, with the main factor having higher relevance being the service quality variable.*

*Kata kunci:*

*Company reputation, service quality, purchase decision, headhunter.*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>UNGKAPAN TERIMAKASIH</b> .....	v
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	vi
<b>ABSTRAK</b> .....	vii
<b>(STUDI KASUS INDUSTRI HEADHUNTER)</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b> 1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Batasan Masalah.....	6
1.4 Tujuan Penelitian .....	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
1.6 Sistematika Penulisan .....	7
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b> .....	8
2.1 Gambaran Umum Headhunter .....	8
2.1.1 Consultant .....	9
2.1.2 Researcher .....	10
2.2.3 Associate .....	10
2.2 Reputasi Perusahaan.....	12
2.3 Konsep Kualitas Jasa.....	17
2.3.1 Definisi Kualitas Jasa .....	18
2.4 Keputusan Pembelian (Purchase Decision) .....	21
2.5 Penelitian Terdahulu.....	23
2.6 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis .....	26
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	28



3.1 Desain Penelitian.....	28
3.2 Populasi dan Sampling .....	28
3.2.1 Populasi.....	28
3.2.2 Sampling .....	28
3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.3.1 Sumber Data.....	29
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.3.3 Variabel Operasional .....	30
3.4 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	31
3.5 Uji Asumsi Klasik .....	31
3.5.1 Uji Normalitas .....	31
3.5.2 Uji Multikolinieritas .....	32
3.5.3 Uji Heterokedastisitas .....	32
3.6 Teknik Analisis Data .....	32
<b>BAB IV ANALISIS &amp; PEMBAHASAN.....</b>	<b>34</b>
4.1 Gambaran Umum Responden .....	34
4.2 Hasil Penelitian .....	34
4.2.1 Penyajian data .....	34
4.3 Uji Instrumen .....	35
4.3.1 Uji Validitas .....	35
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	38
4.4 Analisa Uji Asumsi Klasik .....	39
4.4.1 Uji Normalitas .....	39
4.4.2 Uji Multikolinieritas .....	41
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas .....	42
4.5 Uji Korelasi.....	43
4.6 Uji Hipotesis .....	44
4.6.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	44
4.6.2 Hasil Pengujian Simultan (Uji F) .....	46
4.6.3 Hasil Pengujian Parsial ( Uji T) .....	47
4.6.4 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	48

4.6.5 Konfirmasi Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	49
4.7 Interpretasi Hasil Analisis Data .....	51
4.7.1 Analisis Variabel Reputasi Perusahaan .....	51
4.7.2 Analisis Variabel Kualitas Layanan .....	52
4.7.3 Analisis Variabel Keputusan Pembelian.....	53
4.7.4 Analisis Variabel X1 & X2 Terhadap Keputusan Pembelian (X3)	54
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>56</b>
5.1 Kesimpulan .....	56
5.2 Rekomendasi.....	56
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>59</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Tabel Penelitian Terdahulu .....	24
Tabel 3. 1 Tabel Variabel Operasional.....	30
Tabel 4. 1 Validitas Butir Pernyataan Reputasi Perusahaan .....	36
Tabel 4. 2 Validitas Butir Pernyataan Kualitas Layanan .....	37
Tabel 4. 3 Validitas Butir Pernyataan Keputusan Pembelian.....	37
Tabel 4. 4 <i>Reliability Statistics</i> Reputasi Perusahaan.....	38
Tabel 4. 5 <i>Reliability Statistics</i> Kualitas Layanan .....	38
Tabel 4. 6 <i>Reliability Statistics</i> Keputusan Pembelian.....	39
Tabel 4. 7 Uji Multikolinieritas .....	41
Tabel 4. 8 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	43
Tabel 4. 9 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi .....	43
Tabel 4. 10 Korelasi Reputasi Perusahaan Terhadap Keputusan Pembelian .....	43
Tabel 4. 11 Korelasi Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	44
Tabel 4. 12 Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	45
Tabel 4. 13 Uji F Simultan .....	46
Tabel 4. 14 Uji T Parsial .....	47
Tabel 4. 15 Koefisien Determinan .....	48
Tabel 4. 16 Deskripsi Reputasi Perusahaan .....	49
Tabel 4. 17 Deskripsi Kualitas Layanan .....	50
Tabel 4. 18 Deskripsi Keputusan Pembelian.....	50

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pengaruh Reputasi terhadap Keputusan Pembelian.....	3
Gambar 1. 2 Talent Gaps di Indonesia.....	4
Gambar 2. 1 <i>Corporate Identity, Company Image &amp; Company Reputation</i> .....	13
Gambar 4. 1 Uji Normalitas .....	40
Gambar 4. 2 Uji Heteroskedastisitas.....	42