

ABSTRACT

THE EFFECT OF SERVICE QUALITY, PRICE PERCEPTION AND BRAND IMAGE TO CUSTOMER SATISFACTION

*(Survey on Customers PT. Kimia Farma Apotek
Domicile in the City of Tasikmalaya)*

By:

**MOMY DAMAYANTI
NPM. 178334008**

**Advisor I : H. Ade Komaludin
Advisor II : Yusuf Abdullah**

The purpose of this research was to determine and analyze (a) the service quality, price perception, brand image and customer satisfaction in PT. Kimia Farma Apotek Domicile in the city of Tasikmalaya. (b) The effect of service quality, price perception, and brand image of the customer satisfaction PT. Kimia Farma Apotek Domicile in the City of Tasikmalaya either partially or simultaneously.

The method used is survey method. The technique of collecting data through interviews, observation and questionnaires. The sampling technique used by simple random sampling with customers populations PT. Kimia Farma Apotek Domicile in the City of Tasikmalaya as many as 340 respondents. The data have been obtained were analyzed using path analysis.

The results of the overall rating classification for service quality are included in good classification, while for price perception is included in very good classification, and for brand image is included in good classification. Based on the results of the analysis showed that service quality, price perception, and brand image significantly influence customer satisfaction PT. Kimia Farma Apotek Domicile in the City of Tasikmalaya both partially and simultaneously.

Keywords: service quality, price perception, brand image, customer satisfaction

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Survei pada Pelanggan PT. Kimia Farma Apotek Domisili Kota Tasikmalaya)

Oleh :

**MOMY DAMAYANTI
NPM. 178334008**

**Pembimbing I : H. Ade Komaludin
Pembimbing II : Yusuf Abdullah**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis: (a) kualitas pelayanan, persepsi harga, citra merek dan kepuasan pelanggan pada PT. Kimia Farma Apotek Domisili Kota Tasikmalaya. (b) Pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan PT. Kimia Farma Apotek Domisili Kota Tasikmalaya baik secara parsial maupun simultan.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei. Teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui wawancara, observasi dan kuesioner. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dengan cara simple random sampling dengan populasi pelanggan PT. Kimia Farma Apotek Domisili Kota Tasikmalaya yaitu sebanyak 340 responden. Data yang telah diperoleh dianalisis dengan menggunakan analisis jalur.

Hasil dari klasifikasi penilaian keseluruhan untuk kualitas pelayanan termasuk pada klasifikasi baik, sementara untuk persepsi harga termasuk pada klasifikasi sangat baik, dan untuk citra merek termasuk pada klasifikasi baik. Berdasarkan pada hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, persepsi harga, dan citra merek berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Kimia Farma Apotek Domisili Kota Tasikmalaya baik secara parsial maupun simultan.

Kata kunci : kualitas pelayanan, persepsi harga, citra merek, kepuasan pelanggan

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan tesis ini yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survei pada Pelanggan PT Kimia Farma Apotek Domisili Kota Tasikmalaya)”

Penulisan tesis ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh Gelar Magister Manajemen pada Program Studi Manajemen Pasca Sarjana Universitas Siliwangi Tasikmalaya.

Dalam penulisan tesis ini penulis mendapatkan bantuan dari berbagai pihak yang telah memberikan dorongan semangat dan bimbingan yang tidak dapat ternilai. Maka dari itu penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Kedua orangtua tercinta yang senantiasa selalu memberikan doa dan dukungannya.
2. Suami dan anak tercinta yang selalu setia dan tiada hentinya memberikan dukungannya.
3. Prof. Dr. H. Rudi Priyadi, Ir., M.S. Selaku Rektor Universitas Siliwangi
4. Dr. H. Ade Komaludin, SE., M. Sc. Selaku Direktur Pasca Sarjana Universitas Siliwangi dan sekaligus dosen Pembimbing 1 yang dengan kerelaan hatinya telah banyak memberikan petunjuk serta bimbingan selama penulisan tesis ini.

5. Dr. Yusuf Abdullah, SE., M.M. selaku Ketua Jurusan Program Studi Manajemen Pasca Sarjana Universitas Siliwangi dan sekaligus dosen pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktunya dengan kerelaan hati, fikiran dan tenaga dalam memberikan bimbingan dan arahan yang berarti hingga selesai penulisan tesis ini.
6. Dr. Dedi Rudiana, SE., M.P. selaku dosen wali
7. Seluruh dosen dan staf karyawan Pasca Sarjana Universitas Siliwangi.
8. Pihak Perusahaan PT. Kimia Farma Apotek Kota Tasikmalaya yang telah memberikan izin dan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian.
9. Ibu Ervina dan Bapak Rizki yang selalu menerima saya dengan tangan terbuka saat melakukan penelitian di Perusahaan PT. Kimia Farma Apotek Kota Tasikmalaya.
10. Para pelanggan PT. Kimia Farma Apotek yang berdomisili di Kota Tasikmalaya yang bersedia untuk memberikan informasi-informasi penting kepada penulis.
11. Kepada seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang selalu memberikan bantuan, dukungan dan semangat kepada penulis dalam menyusun proposal penelitian ini.
12. Kepada seluruh rekan-rekan Magister Manajemen Unsil yang selalu sentiasa memberikan bantuan dan semangat dalam pembuatan usulan penelitian ini.

Atas bantuan dan segala amal baiknya, semoga mendapat imbalan yang berlipat ganda dari Allah SWT, dan semoga Allah memberikan RahmatNya kepada kita semua Aamiin.

Pepatah mengatakan tak ada gading yang tak retak artinya tak ada satupun yang sempurna. Seperti halnya dalam penulisan tesis ini, penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan tesis ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis sangat mengharapkan saran yang sifatnya membangun dari semua pihak guna kelengkapan serta kesempurnaan tesis ini.

Tasikmalaya, 12 September 2019

Momy Damayanti

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN	
LEMBAR PERNYATAAN	
ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I : PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Kegunaan Hasil Penelitian	6
1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian	7
BAB II : KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Pustaka	8
2.1.1 Pengertian Pemasaran	8
2.1.2 Pengertian Kualitas Pelayanan	13
2.1.2.1 Dimensi Kualitas Pelayanan	14

2.1.3	Persepsi Harga	15
2.1.3.1	Pengertian Persepsi	15
2.1.3.2	Pengertian Harga	16
2.1.4	Pengertian Citra (<i>Image</i>).....	22
2.1.5	Pengertian Merek (<i>Brand</i>).....	23
2.1.5.1	Tingkatan Merek	25
2.1.5.2	Manfaat Merek	26
2.1.6	Pengertian Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	27
2.1.6.1	Pengukur Citra Merek	28
2.1.6.2	Faktor-faktor Citra Merek	29
2.1.6.3	Indikator Citra Merek	30
2.1.7	Kepuasan Pelanggan	32
2.1.7.1	Manfaat Kepuasan Pelanggan	33
2.1.7.2	Pengukuran Kepuasan Pelanggan	34
2.1.7.3	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan	35
2.1.8	Penelitian Terdahulu	37
2.2	Kerangka Pemikiran	48
2.3	Hipotesis Penelitian	51

BAB III : OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1	Objek Penelitian	52
3.1.1	Sejarah Kimia Farma	52
3.1.2	Visi dan Misi Perusahaan	55

3.1.3	Budaya Perusahaan	55
3.1.4	Anak Perusahaan	57
3.1.5	Sejarah PT. Kimia Farma Apotek	60
3.1.6	Visi dan Misi PT. Kimia Farma Apotek	61
3.2	Metode Penelitian	62
3.2.1	Operasional Variabel	63
3.2.2	Jenis Data	70
3.2.3	Populasi dan Sampel	70
3.2.4	Teknik Pengumpulan Data	72
3.2.5	Instrumen Penelitian	73
3.2.6	Uji Instrumen	74
3.2.7	Teknik Analisis Data	76
	3.2.7.1 Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	76
	3.2.7.2 Metode <i>Succesive Interval</i>	78
3.2.8	Rumusan Hipotesis	81
	3.2.8.1 Uji Signifikasi	82
	3.2.8.2 Penarikan Kesimpulan	83

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Hasil Penelitian	84
4.1.1.	Kualitas Pelayanan pada PT. Kimia Farma Apotek Kota Tasikmalaya	84
4.1.2.	Persepsi Harga pada PT. Kimia Farma Apotek Kota Tasikmalaya	92
4.1.3.	Citra Merek pada PT. Kimia Farma Apotek Kota Tasikmalaya	96

4.1.4	Kepuasan Pelanggan pada PT. Kimia Farma Apotek Kota Tasikmalaya	101
4.2	Pembahasan	106
4.2.1	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Kimia Farma Apotek Domisili Kota Tasikmalaya Secara Parsial.....	110
4.2.2	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Kimia Farma Apotek Domisili Kota Tasikmalaya Secara Simultan.....	113

BAB V : SIMPULAN DAN SARAN

5.1	Simpulan	116
5.2	Saran	117

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Kegiatan Penelitian	7
2.1	Penelitian Terdahulu	37
3.1	Outlet Apotek Kimia Farma Kota Tasikmalaya	61
3.2	Operasional Variabel	67
3.3	Data Pelanggan PT. Kimia Farma Apotek Kota Tasikmalaya	71
3.4	Skala Likert	73
3.5	Pengaruh Langsung Antara Variabel Penelitian	80
4.1	Klasifikasi Penilaian Setiap Indikator Variabel X_1, X_2, X_3 dan Y.....	85
4.2	Rekapitulasi Kualitas Pelayanan	85
4.3	Klasifikasi Penilaian Indikator Variabel X_1 Secara Keseluruhan	91
4.4	Klasifikasi Penilaian Setiap Indikator Variabel X_1, X_2, X_3 dan Y.....	93
4.5	Rekapitulasi Persepsi Harga	93
4.6	Klasifikasi Penilaian Indikator Variabel X_2 Secara Keseluruhan	95
4.7	Klasifikasi Penilaian Setiap Indikator Variabel X_1, X_2, X_3 dan Y.....	97
4.8	Rekapitulasi Citra Merek	97
4.9	Klasifikasi Penilaian Indikator Variabel X_3 Secara Keseluruhan	100
4.10	Klasifikasi Penilaian Setiap Indikator Variabel X_1, X_2, X_3 dan Y.....	102
4.11	Rekapitulasi Kepuasan Pelanggan	102
4.12	Klasifikasi Penilaian Indikator Variabel Y Secara keseluruhan	105

4.13	Hubungan Antar Variabel Bebas Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Citra Merek	106
4.14	Koefisien Beta Variabel Etos Kerja, Evaluasi Kerja dan Lingkungan Kerja	107
4.15	Koefisien Determinasi (<i>R Square</i>) Variabel Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan	108
4.16	Formula Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Antara Kualitas Pelayanan (X_1), Persepsi Harga (X_2), Citra Merek (X_3) Dan Kepuasan Pelanggan (Y)	109
4.17	Hasil Pengujian Secara Parsial	110
4.18	Hasil Pengujian Secara Simultan	114

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2.1	Kerangka Pemikiran	51
3.1	Model Paradigma Penelitian	77
4.1	Hubungan Struktural antara Variabel X_1, X_2, X_3 Terhadap Y	108

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1.	Kuesioner	118
2.	Hasil Uji Validitas dan Reabilitas	121
3.	Data Hasil Kuesioner	123
4.	Hasil Transformasi Data	147
5.	Hasil Analisis Regresi	171
6.	Hasil Analisis Korelasi	172
7.	Surat Ijin Penelitian PT. Apotek Kimia Farma UB Kota Tasikmalaya ...	173