



**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA,
DAN CITRA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
DAN DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
(STUDI KASUS PT MYFAST SOLUTIONS)**



UNIVERSITAS
MERCU BUANA
FAISAL

55115110062

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA TAHUN
2017**



**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA,
DAN CITRA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
DAN DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
(STUDI KASUS PT MYFAST SOLUTIONS)**

TESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Pascasarjana
Program Studi Magister Manajemen

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
FAISAL

55115110062

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA TAHUN
2017**

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Citra terhadap
Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan
(Studi Kasus PT. Myfast Solutions).
Bentuk Tesis : Penelitian/Kajian Masalah Perusahaan
Nama : Faisal
NIM : 55115110062
Program : Magister Manajemen
Tanggal : 25 OKTOBER 2017

Mengesahkan

UNIVERSITAS
MERCUBUANA

Pembimbing

(Dr. Ir. R. Eddy Nugroho, MM)

Direktur Program Pascasarjana



(Prof. Dr. Didik J. Rachbini)

Ketua Program Studi Magister Manajemen



(Dr. Aty Herawati, MSi)

iii

iii

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Citra terhadap
Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan
(Studi Kasus PT. Myfast Solutions).
Bentuk Tesis : Penelitian/Kajian Masalah Perusahaan
Nama : Faisal
NIM : 55115110062
Program : Magister Manajemen
Tanggal : 25 October 2017

Mengesahkan

Pembimbing

(Dr. Ir. R. Eddy Nugroho, MM)

Direktur Program Pascasarjana



(Prof. Dr. Didik J. Rachbini)

Ketua Program Studi Magister Manajemen



(Dr. Aty Herawati, MSi)

iii

iv

KATA PENGANTAR

Penulis mengucapkan syukur kepada Allah SWT atas karunia dan berkat yang telah dilimpahkan-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan tesis dengan judul **“Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Citra terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus PT. Myfast Solutions)”**. Penulisan tesis ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagian persyaratan-persyaratan guna memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Pasca Sarjana Universitas Mercubuana Jakarta.

Penulis menyadari bahwa baik dalam pengungkapan, penyajian dan pemilihan kata-kata maupun pembahasan materi tesis ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu dengan penuh kerendahan hati penulis mengharapkan saran, kritik dan segala bentuk pengarahannya dari semua pihak untuk perbaikan tesis ini.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan tesis ini, khususnya kepada:

1. Bapak Dr. Ir. R. Eddy Nugroho, MM, selaku dosen pembimbing yang telah mencurahkan perhatian dan tenaga serta dorongan kepada penulis hingga selesainya tesis ini.
2. Bapak Prof. Dr. Didik J. Rachbini Direktur Program Pascasarjana, beserta segenap jajarannya yang telah berupaya meningkatkan situasi kondusif di Fakultas.
3. Ibu Dr. Aty Herawati, M.Si, selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercubuana, atas kepemimpinannya yang bijaksana yang menjadikan Program Pasca Sarjana Magister Manajemen Universitas Mercubuana sebagai areal akademik yang mampu menciptakan lulusan yang mempunyai pola pikir strategik.

4. Bapak Dr. Adi Nurmahdi, MBA dan Bapak Dudi Permana, MM., Ph.D selaku dosen penguji dan pimpinan sidang yang telah meluangkan waktunya dalam menguji dan membimbing dalam revisi tesis ini.
5. Para staff pengajar Program Pasca Sarjana Magister Manajemen Universitas Mercubuana yang telah memberikan ilmu manajemen melalui suatu kegiatan belajar mengajar dengan dasar pemikiran analitis dan pengetahuan yang lebih baik.
6. Para staff administrasi Program Pasca Sarjana Magister Manajemen Universitas Mercubuana yang telah banyak membantu dan mempermudah penulis dalam menyelesaikan studi Program Pasca Sarjana Magister Manajemen Universitas Mercubuana.
7. Mamakku terkasih Ibu Rogayah yang telah selalu mencurahkan doanya untuk keberhasilan anak-anaknya
8. Untuk istri tercinta, Maya Lidia yang selalu mensupport abi dalam dukungan maupun doa memberikan motivasi penulis untuk menyelesaikan tesis ini dan kepada anakku Yafiq, Gassa dan Fariz terimakasih pengertiannya dan teruslah berjuang.
9. Untuk Sahabat-sahabat dan teman-teman yang sudah membantu saya dalam dukungan maupun doa, sehingga penulis memiliki motivasi dalam penyelesaian tesis ini.

Hanya doa dan ucapan syukur yang dapat penulis panjatkan semoga Allah SWT berkenan membalas semua kebaikan Bapak, Ibu, Saudara/ Saudari dan teman-teman sekalian. Akhir kata, semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi pihak yang berkepentingan.

Jakarta, 10 Oktober 2017

Faisal

55115110062

DAFTAR ISI

	Halaman
<i>ABSTRACT</i>	<i>i</i>
ABSTRACT	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi, Perumusan dan Batasan Masalah	14
1.2.1 Identifikasi Masalah	14
1.2.2 Rumusan Masalah	14
1.2.3 Batasan Masalah	15
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	15
1.3.1 Maksud Penelitian	15
1.3.2 Tujuan Penelitian	16
1.4 Manfaat dan Kegunaan Penelitian	16
1.4.1 Manfaat Penelitian	16
1.4.2 Kegunaan Penelitian	17
BAB II DESKRIPSI PERUSAHAAN	
2.1 Sejarah Perusahaan	18
2.1.1 Visi, Misi, Motto, Core Values	20
2.1.1.1 Visi	20
2.1.1.2 Misi	21
2.1.1.3 Motto	21
2.1.1.4 Core Values	22
2.2 Lingkup dan Bidang Usaha	22
2.3 Sumber Daya	25
2.4 Tantangan Bisnis	33
2.5 Proses/Kegiatan Fungsi Bisnis	36
2.6 Marketing Plan.....	44
BAB III KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	
3.1 Kajian Teori	45
3.1.1 Kualitas Layanan	45
3.1.1.1 Pengertian Kualitas	45

3.1.1.2	Pengertian Kualitas Layanan	46
3.1.1.3	Dimensi Kualitas Layanan.....	48
3.1.2	Harga.....	50
3.1.2.1	Dimensi Harga	51
3.1.3	Pengertian Citra	57
3.1.3.1	Manfaat Citra	60
3.1.3.2	Upaya Meningkatkan Citra	61
3.1.3.3	Dimensi-dimensi untuk Mengukur Citra Perusahaan	63
3.1.4	Kepuasan Pelanggan	65
3.1.4.1	Dimensi Kepuasan Pelanggan	66
3.1.5	Loyalitas Pelanggan	67
3.1.5.1	Pengertian Loyalitas Pelanggan	67
3.1.5.2	Dimensi Loyalitas Pelanggan	68
3.1.6	Hubungan antar Variabel	69
3.1.6.1	Hubungan antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan	69
3.1.6.2	Hubungan antara Harga dengan Kepuasan Pelanggan.....	69
3.1.6.3	Hubungan antara Citra dengan Kepuasan Pelanggan.....	70
3.1.6.4	Hubungan antara Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas Pelanggan.	71
3.1.6.5	Hubungan antara Harga dengan Loyalitas Pelanggan.....	71
3.1.6.6	Hubungan antara Citra dengan Loyalitas Pelanggan.....	72
3.1.6.7	Hubungan antara Kepuasan Pelanggan dengan Loyalitas Pelanggan.....	72
3.2	Penelitian Terdahulu	73
3.3	Kerangka Pemikiran	82
3.4	Hipotesis	83

BAB IV

METODE PENELITIAN

4.1	Jenis/Desain Penelitian	85
4.2	Variabel Penelitian	86
4.2.1	Definisi Konsep	87
4.2.2	Definisi Operasional	87
4.3	Populasi dan Sampel Penelitian	92
4.4	Jenis dan Sumber Data	93
4.5	Teknik Pengumpulan Data	94
4.6	Metode dan Teknik Analisis Data	95
4.6.1	Teknik Analisis Data	95
4.6.2	Statistik Deskriptif	95
4.6.3	Karakteristik Responden	96
4.6.4	Statistik Referensi Pengujian Intrumen Penelitian	96

4.6.4.1 Uji Validitas	96
4.6.4.2 Uji Reabilitas	97
4.6.5 Partial Least Square (PLS).....	98
4.6.5.1 Persamaan inner model	98
4.6.5.2 Persamaan outer model	99
4.6.6 Pengujian Hipotesis	99
BAB V	
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
5.1 Hasil Penelitian	100
5.1.1 Karakteristik Responden	100
5.2 Menilai Outer Model	102
5.3 Pengujian Inner Model (Model Struktural)	108
BAB VI	
KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1 Kesimpulan	117
6.2 Saran	118
DAFTAR PUSTAKA	121
LAMPIRAN	128
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	138

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Daftar Asuransi Jiwa di Indonesia	2
Tabel 1.2. Daftar Broker Asuransi	5
Tabel 1.3. Hasil Pra Survei	5
Tabel 1.4. Target dan Pencapaian New Business PT. Myfast Solutions	7
Tabel 1.5. Target dan Pencapaian Renewal PT. Myfast Solutions	9
Tabel 1.6. Indikator Layanan	12
Tabel 2.1. Struktur Organisasi Berdasarkan Posisi Pendidikan, dan Jumlah Karyawan	27
Tabel 2.2. Rekapitan Data Peserta Asuransi	40
Tabel 2.3. Benefit / Manfaat Rawat Inap Peserta	40
Tabel 2.4. Benefit / Manfaat Rawat Jalan Peserta	41
Tabel 2.5. Benefit / Manfaat Dental Peserta	42
Tabel 2.6. Benefit / Manfaat Kacamata Peserta	42
Tabel 2.7. Benefit / Manfaat Maternity Peserta	42
Tabel 3.1. Rangkuman Hasil Penelitian Terdahulu Yohanes Lawalata.....	62
Tabel 3.2. Rangkuman Hasil Penelitian Terdahulu	73
Tabel 4.1. Dimensional Variabel	88
Tabel 4.2. Pilihan dan Nilai Jawaban untuk Tiap Item Pertanyaan	95
Tabel 5.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Premi	100
Tabel 5.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Peserta.....	101
Tabel 5.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Wilayah	101
Tabel 5.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Line Of Business	102
Table 5.5. Nilai AVE	106
Tabel 5.6. Fornell-Larcker Criterion.....	107
Tabel 5.7. Composite Reliability	108
Tabel 5.8. Path Coefficient	110
Table 5.9. Perbandingan Dengan Penelitian Terdahulu.....	114
Table 5.10. R-Square.....	115

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Penilaian Kualitas Layanan, Harga, dan Citra	7
Gambar 1.2. Grafik Pencapaian Target New Business PT. Myfast Solutions	8
Gambar 1.3. Grafik Pencapaian Target Renewal PT. Myfast Solutions	9
Gambar 2.1. Pertumbuhan Bisnis PT. MFS	18
Gambar 2.2. Alternatif Pengelolaan Anggaran Kesehatan	19
Gambar 2.3. Logo PT. Myfast Solutions	21
Gambar 2.4. Ruang Lingkup Usaha PT. MFS	25
Gambar 2.5. Demografi Pendidikan Karyawan	26
Gambar 2.6. Struktur Organisasi PT. Myfast Solutions	27
Gambar 2.7. BPJS Kesehatan	34
Gambar 2.8. Proses Kegiatan Penjualan	37
Gambar 2.9. Proses Pengobatan Rawat Inap	43
Gambar 3.1. Kerangka Pemikiran	82
Gambar 5.1. Model awal untuk perhitungan Algoritma PLS (Hasil Olahan SmartPLS)	104
Gambar 5.2. Hasil penghitungan akhir Algoritma PLS (Hasil Olahan SmartPLS)	105
Gambar 5.3. Hasil Bootstrapping (Hasil Olahan SmartPLS).....	109

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Lembar Kuesioner Penelitian	128
Lampiran 2	Nilai Discriminant validity (Cross Loading)	133
Lampiran 3	Hasil Outer Loading	135

