

**PENGARUH CITRA MEREK DAN AFTER SALES SERVICE  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN NEBULIZER OMRON  
DAN IMPLIKASINYA TERHADAP KEPUASAN RUMAH SAKIT  
DI JAKARTA**

**TESIS**



**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

**BONDAN ADRIYA**

**NIM : 55116110099**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN**

**PROGRAM PASCASARJANA**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**2020**

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Citra Merek dan *After Sales Service* Terhadap Keputusan Pembelian Nebulizer Omron dan Implikasinya terhadap Kepuasan Rumah Sakit di Jakarta

Tesis : Penelitian / Kajian Masalah Perusahaan

Nama : Bondan Adriya

NIM : 55116110099

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 21 Februari 2020

Mengesahkan

**Pembimbing**

UNIVERSITAS

**Dr. Sri Hartono, MM**

**MERCU BUANA**

**Direktur Program Pascasarjana Ketua**

**Program Studi Magister Manajemen**



**(Prof. Dr.-Ing Mudrik Alaydrus)**



**(Dudi Permana, PhD)**

## LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam tesis ini :

Judul : Pengaruh Citra Merek dan *After Sales Service* Terhadap Keputusan Pembelian Nebulizer Omron dan Implikasinya terhadap Kepuasan Rumah Sakit di Jakarta

Tesis : Penelitian / Kajian Masalah Perusahaan

Nama : Bondan Adriya

NIM : 55116110099

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 21 Februari 2020

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Program Studi Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahan data yang disajikan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 21 Feb 2020



Bondan Adriya

## PERNYATAAN SIMILARITY CHECK

Saya yang bertanda tangan dibawah ini, menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : BONDAN ADRIYA

NIM : 55116110099

Program Studi : Magister Manajemen

Dengan Judul Pengaruh Citra Merek Dan After Sales Service Terhadap Keputusan Pembelian Nebulizer Omron Dan Implikasinya Terhadap Kepuasan Rumah Sakit Di Jakarta telah dilakukan pengecekan similarity dengan system Turnitin pada tanggal 17 Desember 2021 didapat nilai presentasi 26 %

Jakarta, 18 JULI 2021

Administrator Turnitin,



Arie Pangudi, A.Md

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh antara citra merek dan *after sales service* terhadap keputusan pembelian serta pengaruh antara keputusan pembelian terhadap kepuasan pelanggan Nebulizer Omron. Desain yang digunakan adalah metode penelitian eksplanatif kuantitatif. Variabel eksogen penelitian adalah citra merek dan *after sales service*, variabel endogen mediasi penelitian adalah keputusan pembelian dan variabel endogen penelitian adalah kepuasan pelanggan. Populasi penelitian adalah User Nebulizer Rumah Sakit di Jakarta yang menggunakan Nebulizer Omron. Pengambilan sampel menggunakan teknik *convenience sampling*. Sampel terdiri dari 100 responden yang merupakan rumah sakit yang sudah menggunakan Nebulizer Omron yang ada di area Jakarta. Data primer diperoleh dari hasil wawancara atau pengisian kuesioner. Data sekunder diperoleh dari surat-surat, catatan atau laporan terkait dengan masalah penelitian. Teknik pengumpulan data terdiri dari angket, wawancara dan studi dokumentasi. Teknik analisis data terdiri dari validitas, reliabilitas, analisis SEM dan analisis korelasi dimensi. Hasil dari penelitian yaitu citra merek dan layanan purna jual memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian serta keputusan pembelian berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Nebulizer Omron di area Jakarta.

**Kata Kunci:** Citra Merek, *After Sales Service*, Keputusan Pembelian, Kepuasan Pelanggan



## **ABSTRACT**

*The purpose of this research is to analyze the effect of brand image and after sales service to the purchase decision and the effect of purchase decision to the customer satisfaction of Nebulizer Omron. The research design used is quantitative explanative research method. The research's exogenous variables are brand image and after sales service, endogenous mediation variable is purchase decision and endogenous variable is customer satisfaction. The research's population is the Hospital Nebulizer User in Jakarta that have been used Nebulizer Omron. The sampling technique used is convenience sampling. Sample consists of 100 respondents which are the hospitals that have been used Nebulizer Omron in Jakarta area. Primary data is obtained from the interview results or filling out the questionnaire. Secondary data is obtained from letters, notes or reports related to the research's problems. Data collection technique used are questionnaire, interview and documentation study. Data analysis techniques consist of validity, reliability, SEM analysis and dimension correlation analysis. The research's results showed that brand image and after sales service have a significant effect to the purchase decision and purchase decision has a significant effect to the customer satisfaction of Nebulizer Omron in Jakarta area.*

**Keywords:** *Brand Image, After Sales Service, Purchase Decision, Customer Satisfaction*



## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Puji dan syukur kehadirat Tuhan yang maha esa atas segala karunia rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penyusunan proposal tesis ini dapat selesai. Penulisan proposal tesis ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagian dari persyaratan guna memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana, disamping manfaat yang mungkin dapat disumbangkan dari hasil penelitian ini kepada pihak yang berkepentingan.

Penulisan proposal Tesis ini merupakan kesempatan yang berharga sekali untuk mencoba menerapkan beberapa teori yang diperoleh selama duduk di bangku kuliah dalam situasi dunia nyata. Banyak pihak yang telah dengan tulus ikhlas memberikan bantuan, baik itu melalui kata-kata ataupun dorongan semangat untuk menyelesaikan penulisan tesis ini. Ucapan terima kasih khusus disampaikan kepada Bapak Dr. Sri Hartono, MM, selaku dosen pembimbing Tesis yang penuh kesabaran telah memberikan dorongan dan bimbingan selama penyelesaian proposal tesis ini. Pada kesempatan ini pula penulis menyampaikan rasa terima kasih disertai penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ngadino Surip, Rektor Universitas Mercu Buana Jakarta (UMB) Jaakarta.
2. Bapak Dudi Permana, PhD selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana yang telah memberikan kesempatan untuk mengikuti perkuliahan di Program Magister Manajemen Universitas Universitas Mercu Buana.
3. Seluruh Dosen dan staf administrasi pada Program Pascasarjana Magister Manajemen Universitas Universitas Mercu Buana yang telah memberikan ilmu manajemen melalui suatu kegiatan belajar mengajar dengan dasar pemikiran analitis dan pengetahuan yang lebih baik.
4. Semua pihak yang tidak peneliti sebutkan namanya satu persatu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan proposal Tesis ini.

Selain kepada pribadi-pribadi di atas, penulis ingin pula menorehkan catatan dan terima kasih khusus kepada: kedua orang tua ku yang telah memberikan semangat, dorongan moral dan material kepada penulis dalam membantu untuk menyelesaikan studi ini, serta Saudara dan teman-teman sekalian. Hanya doa yang dapat penulis panjatkan semoga Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas semua kebaikannya. Akhir kata, semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi pihak yang berkepentingan.

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

Akhirnya semoga proposal Tesis ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak untuk membacanya.

Terima Kasih,

Jakarta,

2020

U N I V E R S I T A S  
M E R C U B U A N A  
BONDAN ADRIYA



## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
PERNYATAAN <i>SIMILARITY CHECK</i>	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi, Pembatasan dan Perumusan Masalah	9
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat dan Kegunaan Penelitian	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	13
2.1 Kajian Teori	13
2.2 Kerangka Pemikiran	34
2.3 Kerangka Pemikiran	41
2.4 Hipotesa	42
BAB III METODE PENELITIAN	44
3.1 Design Penelitian	44
3.2 Variable Penelitian	45
3.3 Populasi dan Sampel	49

3.4 Jenis dan Sumber Data	50
3.5 Teknik Pengumpulan Data	51
3.6 Teknik Analisa Data	52
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	<b>67</b>
4.1 Deskripsi Perusahaan	67
4.2 Hasil Penelitian	71
4.3 Pembahasan	85
	<b>Halaman</b>
<b>BAB V KESIMPULAN</b>	<b>90</b>
5.1 Kesimpulan	90
5.2 Saran	91
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b>	<b>93</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	<b>114</b>



U N I V E R S I T A S  
**MERCU BUANA**

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Total Investasi di Industri Farmasi dan Industri Alat Kesehatan 2014 – 2017	2
Tabel 1.2 Perbandingan Nebulizer Omron dengan Produk Kompetitor	6
Tabel 1.3 Data <i>Pre-Survey</i> Urutan Merek Nebulizer yang paling dikenal oleh User Nebulizer Rumah Sakit di Jakarta	7
Tabel 1.4 Data <i>Pre-Survey</i> Citra Merek Nebulizer Omron	8
Tabel 1.5 Data <i>Pre-Survey</i> Layanan Purna Jual Nebulizer Omron	8
Tabel 1.6 Data <i>Pre-Survey</i> Kepuasan User Nebulizer Omron	9
Tabel 2.1 Klasifikasi Alat Kesehatan	14
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	35
Tabel 3.1 Variabel Penelitian	46
Tabel 3.2 Variabel Oprasional Penelitian	48
Tabel 3.3 Lima Alternatif Jawaban Responden	52
Tabel 3.4 Goodness of Fit Index	62
Tabel 4.1 Karakteristik Responden	71
Tabel 4.2 Hasil Uji Kecocokan Model ( <i>goodness of fit</i> )	72
Tabel 4.3 Realiabilitas dan Validitas Citra Merek	76
Tabel 4.4 Realiabilitas dan Validitas Konstruk Layanan Purna Jual	78
Tabel 4.5 Realiabilitas dan Validitas Konstruk Keputusan	79
Tabel 4.6 Reliabilitas dan Validitas Konstruk Kepuasan	80
Tabel 4.7 Perhitungan Uji Hipotesis	85

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Jumlah rumah sakit di Indonesia 2012 – April 2018	3
Gambar 1.2 Laporan Penjualan Produk <i>Home Care</i> Tahun 2014 – 2018	3
Gambar 1.3 Laporan Penjualan Produk <i>Hospital Use</i> Tahun 2016 – 2018	5
Gambar 2.1 Jenis – Jenis Nebulizer	16
Gambar 2.2 Bauran Pemasaran (Marketing Mix)	21
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran	41
Gambar 3.1 Struktur Analisis variabel penelitian secara keseluruhan	64
Gambar 3.2 Model SEM dengan Variabel Laten dan Indikator	65
Gambar 4.1 Model Keseluruhan <i>Standardized Solution</i>	74
Gambar 4.2 Model Keseluruhan <i>T-Value</i>	74
Gambar 4.3 Model Pengukuran Citra Merek	76
Gambar 4.4 Model Pengukuran Layanan Purna Jual	77
Gambar 4.5 Model Pengukuran Keputusan	79
Gambar 4.6 Model Pengukuran Kepuasan Kosumen	80
Gambar 4.7 Persamaan Struktural	82
Gambar 4.8 Model Struktural <i>Strandardized Solution</i>	82
Gambar 4.9 Model Struktural <i>T-Value</i>	82

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	93



U N I V E R S I T A S  
M E R C U B U A N A