



**ANALISIS FAKTOR FAKTOR YANG BERPENGARUH TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN SERTA DAMPAKNYA TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN APOTEK KIMIA FARMA**



**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCUBUANA JAKARTA
2023**



**ANALISIS FAKTOR FAKTOR YANG BERPENGARUH TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN SERTA DAMPAKNYA TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN APOTEK KIMIA FARMA**



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

MERCU BUANA

OLEH

MUHAMAD FATTAH MAHDI

55120120128

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCUBUANA JAKARTA

2023

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tesis : Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Apotek Kima Farma.

Bentuk Tesis : Penelitian

Nama : Muhamad Fattah Mahdi

NIM : 55120120128

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 23 Agustus 2023

Menyetujui

Pembimbing,



Dr. Ririn Wulandari, SE, MM

MERCU BUANA

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,



Dr. Nurul Hidayah, M.Si.

Ketua Program Studi Magister Manajemen,



Dr. Lenny Christina Nawangsari, MM.

LEMBAR PERNYATAAN

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

Judul : Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Apotek Kima Farma.

Bentuk Tesis : Penelitian

Nama : Muhamad Fattah Mahdi

NIM : 55120120128

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 23 Agustus 2023,

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 jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 23 Agustus 2023



Muhamad Fattah Mahdi

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

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

Nama : Muhamad Fattah Mahdi
NIM : 55120120128
Program Studi : Magister Manajemen/MPS

dengan judul

“ *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya terhadap Loyalitas Pelanggan Apotik Kimia Farma* ”,

telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 03/08/2023 didapatkan nilai persentase sebesar 28 %.

UNIVERSITAS
MERCUBUANA

Jakarta, 03/08/2033
Administrator Turnitin



Arie Pangudi, A.Md

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Puji syukur kehadiran ALLAH SWT yang telah memberikan limpahan rahmat dan hidayat-nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan Proposal Tesis ini. Tak lupa shalawat dan salam kepada nabi Muhammad SAW.

Penulisan karya tulis Proposal Tesis ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan Program Pasca Sarjana, Pendidikan Universitas Mercubuana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Magister Manajemen. Dengan maksud sejauh mana pemahaman mahasiswa terhadap bidang studinya. Dalam kesempatan ini penulis mengambil judul : “ **Analisis Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Apotek Kimia Farma** ”.

Dalam penyusunan karya tulis Proposal Tesis ini, penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak yang membantu hingga terselesaikannya karya tulis ilmiah ini. Oleh karena itu pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada Dr. Ririn Wulandari, SE, MM selaku dosen pembimbing Tesis yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya Tesis ini, dan juga penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng – Rektor Universitas Mercu Buana
Jakarta
2. Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak – Dekan fakultas Ekonomi dan Bisnis

3. Dr. Lenny Chrsitina Nawangsari, MM – Ketua program studi Magister Manajemen.
4. Mas Wahyu Wibowo, MBA, Ph.D selaku penguji Seminar Proposal yang telah memberikan masukan yang sangat berarti untuk perbaikan tesis saya ini.
5. Dr. Adi Nurmahdi, MBA selaku penguji Seminar Hasil yang telah memberikan masukan yang sangat berarti untuk perbaikan tesis saya ini
6. Dr. Andyan Pradipto Utama SE, MM Selaku penguji Sidang Karya Hasil Tesis yang telah memberikan masukan yang sangat berarti untuk perbaikan tesis saya ini.
7. Dr. Janfry Sihite, SE, MM Selaku Penguji Sidang Karya Hasil Tesis yang telah memberikan masukan yang sangat berarti untuk perbaikan tesis saya ini.
8. Seluruh Staf dan Karyawan Universitas Mercu Buana, khususnya TU Fakultas Ekonomi dan Bisnis: Pak Rio, Pak Ari, dan Ibu Mayang.
9. Orang Tua tercinta Papa Drs. Mahdi Azadin Bk.teks, Mama Rachmawati Nawawi, Alm. Bapak Salim Saan (bapak mertua), Ibu Masenah (ibu mertua) kakak, adik dan keluarga besar Depok, yang memberi dorongan, semangat, dan doa kepada penulis.
10. Istriku tercinta Rika Agustin, *my son* M. Fakhri kamal, dan *my daughter* Aisha Hasna Arifah.
11. Rekan-rekan seangkatan Magister Manajemen terima kasih atas motivasi dan dukungannya.
12. Rekan- rekan PT Draeger Medical Indonesia.

Penulis menyadari bahwa penyusunan karya tulis tesis ini masih jauh dari kesempurnaan. Untuk itu, penulis perlu kritik dan saran yang membangun untuk kesempurnaan karya tulis Proposal Tesis ini. Semoga karya tulis tesis dapat bermanfaat bagi penulis sendiri, khususnya dan lingkungan pendidikan.

Penulis mengucapkan terima kasih, semoga semua yang telah memberikan bantuannya mendapat balasan yang setimpal dari Allah Swt. Amin

Wassalamu'alaikum Wr. Wb



Tangerang, Januari 2023

Penulis



Muhamad Fattah Mahdi

55120120128

DAFTAR ISI

ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
PERNYATAAN SIMILARITY CHECK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Rumusan Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Kontribusi Penelitian.....	12
1.5.1 Praktis	12
1.5.2 Teoretis	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	13
2.1 Kajian Teori.....	13
2.1.1 Kepuasan Pelanggan (<i>Customer Satisfaction</i>).....	13
2.1.2 Loyalitas Pelanggan	17
2.1.3 Persepsi Harga	21
2.1.4 <i>Brand image</i>	24
2.1.5 <i>Brand Trust</i>	28
2.1.6 <i>E-Service Quality</i>	34
2.2 Penelitian Terdahulu	38
2.3 Pengembangan Hipotesis	43
2.3.1 Hubungan antara persepsi harga dan loyalitas pelanggan	43
2.3.2 Hubungan antara <i>brand image</i> dan loyalitas pelanggan	44

2.3.3 Hubungan antara <i>brand trust</i> dan loyalitas pelanggan	45
2.3.4 Hubungan antara <i>e-service quality</i> dan loyalitas pelanggan.....	45
2.3.5 Hubungan antara persepsi harga dengan kepuasan pelanggan .	46
2.3.6 Hubungan antara <i>brand image</i> dengan kepuasan pelanggan....	47
2.3.7 Hubungan antara <i>brand trust</i> dengan kepuasan pelanggan	48
2.3.8 Hubungan <i>e-service quality</i> dengan kepuasan pelanggan	48
2.3.9 Hubungan antara kepuasan pelanggan dengan loyalitas pelanggan	49
2.3.10 Pengaruh persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan	50
2.3.11 Pengaruh <i>brand image</i> terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan	50
2.3.12 Pengaruh <i>brand trust</i> terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan	51
2.3.13 Pengaruh <i>e-service quality</i> terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan	52
2.4 Kerangka pemikiran	53
BAB III METODE PENELITIAN	55
3.1 Desain Penelitian.....	55
3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel	56
3.2.1 Definisi Konseptual	57
3.2.2 Definisi Operasional	59
3.3 Populasi dan Sampel	61
3.3.1 Populasi.....	61
3.3.2 Sampel	61
3.4 Metode Pengumpulan Data	62
3.5 Metode Analisa Data	63
3.5.1 Analisis deskriptif	63
3.5.2 Analisis SEM PLS	65
3.5.3 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	66
3.5.4 Model Struktural (<i>Inner model</i>).....	68

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	71
4.1 Gambaran Profil Objek Penelitian	71
4.2 Analisis Data	74
4.2.1 Karakteristik Profil Responden.....	74
4.2.2 Deskripsi Variabel Penelitian	76
4.3 Analisis SEM PLS.....	81
4.3.1 Hasil Uji <i>Outer Model</i>	83
4.3.2 Hasil Uji <i>Inner Model</i>	90
4.4 Pembahasan.....	100
4.4.1 Pengaruh persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan.....	100
4.4.2 Pengaruh <i>brand image</i> terhadap loyalitas pelanggan	101
4.4.3 Pengaruh <i>brand trust</i> terhadap loyalitas pelanggan.....	102
4.4.4 Pengaruh <i>e-service quality</i> terhadap loyalitas pelanggan	103
4.4.5 Pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan	104
4.4.6 Pengaruh <i>brand image</i> terhadap kepuasan pelanggan.....	105
4.4.7 Pengaruh <i>brand trust</i> terhadap kepuasan pelanggan	105
4.4.8 Pengaruh <i>e-service quality</i> terhadap kepuasan pelanggan.....	106
4.4.9 Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap ke loyalitas pelanggan	
107	
4.4.10 Pengaruh persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan melalui	
kepuasan pelanggan	108
4.4.11 Pengaruh <i>brand image</i> terhadap loyalitas pelanggan melalui	
kepuasan pelanggan	109
4.4.12 Pengaruh <i>brand trust</i> terhadap loyalitas pelanggan melalui	
kepuasan pelanggan	110
4.4.13 Pengaruh <i>e-service quality</i> terhadap loyalitas pelanggan	
melalui kepuasan pelanggan	111
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	112
5.1 Kesimpulan.....	112
5.2 Saran.....	114

DAFTAR PUSTAKA	116
LAMPIRAN.....	127



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	38
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	60
Tabel 3. 2 Acuan Kriteria Rata-rata Skor Jawaban Responden	64
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden	74
Tabel 4. 2 Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Harga (X1)	77
Tabel 4. 3 Gambaran <i>Brand image</i> (X2).....	77
Tabel 4. 4 Gambaran <i>Brand Trust</i> (X3).....	78
Tabel 4. 5 Gambaran <i>e-service quality</i> (X4).....	79
Tabel 4. 6 Gambaran Loyalitas pelanggan (Y)	79
Tabel 4. 7 Gambaran Kepuasan pelanggan (Z).....	80
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Konvergen.....	84
Tabel 4. 9 Reliabilitas Komposit.....	86
Tabel 4. 10 Hasil Pengujian Nilai AVE	86
Tabel 4. 11 Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity (Cross Loadings)</i>	87
Tabel 4. 12 Validitas Deskriminan <i>Fornell Larcker</i>	89
Tabel 4. 13 <i>Effect Size/F Square/f²</i>	91
Tabel 4. 14 Hasil Uji-R Square	91
Tabel 4. 15 Q ² Model.....	92
Tabel 4. 16 Hasil Pengujian Pengaruh Langsung	94
Tabel 4. 17 Uji Pengaruh Tidak Langsung	98

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Performa Emiten Farmasi Tahun 2021	2
Gambar 1. 2 Hasil prasurvei.....	8
Gambar 2. 1 Kerangka Model Penelitian.....	53
Gambar 4. 1 Sebaran Apotek Kimia Farma di Jabodetabek	73
Gambar 4. 2 Spesifikasi Model SEM PLS	83
Gambar 4. 3 Hasil Estimasi Model SEM PLS <i>Algorithm</i>	85
Gambar 4. 4 Hasil Uji Inner Model	90

