

**PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS LAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI KLINIK
PERTIWI MEDIKA (Studi Kasus terhadap Pasien
Klinik Pertiwi Medika dokter 24 Jam)**

SKRIPSI

Disusun Guna Memenuhi Persyaratan Ujian
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Jurusan Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Oleh :

**OKTAPIA ERLINA
NIM: 2411807256**



**JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK
2022**



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS LAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI KLINIK
PERTIWI MEDIKA (Studi pada Pasien Klinik
Pertiwi Medika dokter 24 Jam)**

Oleh :

Nama : OKTAFIA ERLINA
NIM : 2411807256
Jurusan : Manajemen

Telah Disetujui dan Disahkan di Depok Pada Tanggal 16 Agustus 2022

Dosen Pembimbing

Catik Yustina Mart, SE.MM

Menyetujui

Ketua Jurusan Manajemen

Altatit Dianawati, S.Si, MM

Mengesahkan

Ketua Sekolah Ilmu Ekonomi GICI

Prof. Dr. Sri Gambir Melati Hatta, SH



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS LAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI KLINIK
PERTIWI MEDIKA (Studi Kasus Terhadap Pasien
Klinik Pertiwi Medika dokter 24 Jam)**

Oleh :

Nama : OKTAFIA ERLINA
NIM : 2411807256
Jurusan : Manajemen

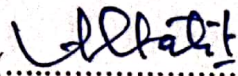
Telah Dipertahankan di Hadapan Sidang Tim Penguji Skripsi, Pada :

Hari : Selasa
Tanggal : 16 Agustus 2022
Waktu : 14.00 – 15.40 WIB

DAN YANG BERSANGKUTAN DINYATAKAN LULUS

Tim Penguji Skripsi

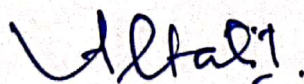
Ketua : Altatit Dianawati, S.Si., MM

(.....)

Anggota I : Fajar Pitaloka, SE., MM

(.....)

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen



Altatit Dianawati, S.Si., MM

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama	: OKTAPIA ERLINA
NIM	: 2411807256
Jurusan	: MANAJEMEN
Nomor KTP	: 3326096202980001
Alamat	: Jl. Raya Bogor km 37 no 9 Sukamaju Cilodong Depok

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Skripsi yang berjudul Pengaruh Promosi dan Kualitas Layanan Terhadap Pengaruh Kepuasan Pelanggan Di Klinik Pertiwi Medika (Studi Kasus terhadap Pasien Klinik Pertiwi Medika Dokter 24 Jam) merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan karya orang lain (Plagiat).
2. Memberikan izin hak bebas Royalti Non-Eksklusif kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI untuk menyimpan, mengalihmediakan, mengalihformatkan, mengelola, mendistribusikan dan mempublikasikan skripsi ini melalui internet dan atau media lain bagi kepentingan akademi baik dengan maupun tanpa sepengetahuan saya sebagai penulis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh rasa tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi dalam bentuk apapun sesuai dengan aturan yang berlaku termasuk dicopot gelar kesarjanaan saya apabila di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar adanya.

Depok, 16 Agustus 2022

OKTAFIA ERLINA

ABSTRAK

OKTAFIA ERLINA NIM 2411807256. Pengaruh Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Klinik Pertiwi Medika (Studi pada Pasien Klinik Pertiwi Medika dokter 24 Jam)

Permasalahan yang dihadapi oleh objek penelitian ialah Klinik Pertiwi Medika yang berusaha menyediakan berbagai macam pemeriksaan yang akan mempermudah pasien untuk melakukan tes kesehatan, Kurangnya promosi yang dilakukan oleh manajemen Klinik Pertiwi Medika, Masih adanya pelanggan yang mengeluh serta komplain terhadap tingkat kepuasan pelanggan dan kualitas layanan. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh jumlah kunjungan pasien klinik Pertiwi Medika yang masih berfluktuasi jumlah pasien serta belum memenuhi target yang ditetapkan oleh pihak Manajemen.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh promosi, kualitas layanan dan kepuasan pelayanan terhadap klinik Pertiwi Medika. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif terhadap 100 responden (orang) pasien klinik Pertiwi Medika dengan metode wawancara, kuesioner, observasi dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data.

Hasil uji regresi menunjukkan bahwa 53.1% faktor-faktor keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh promosi, kualitas layanan sedangkan sisanya 46,9% dijelaskan oleh faktor yang lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Sedangkan hasil uji F menunjukkan bahwa secara simultan variabel promosi dan kualitas layanan dengan hasil analisis yaitu nilai $F_{hitung} = 57,143 > \text{dari } F_{Tabel} = 3,090$. Hasil uji T menunjukkan bahwa variabel promosi dengan hasil analisis T Hitung (2,615), variabel kualitas pelayanan dengan analisis T Hitung (8,707) dimana $T_{tabel} (1,984)$. Maka secara parsial dua variabel Promosi dan Kualitas layanan yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Klinik Pertiwi Medika.

Kata kunci : Promosi, kualitas layanan, dan kepuasan pelanggan.

ABSTRACT

OKTAFIA ERLINA NIM. 2411807256. Analysis Of The Effect Of Promotion, Quality Of Service And Service Satisfaction On The Pertiwi Medika Clinic (Study on Patients at the Pertiwi Medika Clinic 24 Hours Doctor)

The problems faced by the object of research are Pertiwi Medika Clinic which tries to provide various kinds of examinations that will make it easier for patients to take medical tests, Lack of promotions carried out by Pertiwi Medika Clinic management. There are still customers who complain and complain about the level of customer satisfaction and service quality. This research is motivated by the number of patient visits to the Pertiwi Medika clinic, which is still fluctuating in the number of patients and has not met the target set by the Management

This study aims to analyze the effect of promotion, service quality and service satisfaction on Pertiwi Medika clinic. Data collection in this study was carried out using qualitative methods on 100 respondents (persons) of Pertiwi Medika clinic patients using interviews, questionnaires, observation and documentation by organizing the data.

Regression tests show that 53.1% factors-decision factors can be explained by promotion, service quality while the rest is 46.9% explained by others not studied in this study. The f test results show that simultaneous promotion and service quality variables with n -test value $f_{count} = 57.143 > f_{table} = 3.090$. Test t shows that the promoted variable with $t_{hitung} (2.615)$, quality service variable with t_{hitung} analysis (8.707) where $t_{tabel} (1.984)$. Thus, in part two promotional variables and the quality of services that affect significant customer satisfaction at the medika's region clinic.

Keywords: Promotion, service quality, and service satisfaction.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa penulis panjatkan karena berkat rahmat, taufik, hidayah serta inayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi ini tepat pada waktunya, Shalawat serta salam juga penulis haturkan untuk junjungan kita semua, Nabi Muhammad SAW dengan harapan kita semua mendapatkan syafaatnya di hari pembalasan nanti.

Penelitian dengan judul Pengaruh Promosi dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Klinik Pertiwi Medika ini disusun guna memenuhi persyaratan ujian memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI. Alasan pemilihan judul tersebut karena penulis melihat fenomena masyarakat yang semakin antusias berobat di Klinik Pertiwi Medika. Oleh sebab itu perlu adanya penelitian lebih lanjut untuk mengetahui model Pelayanan yang seperti apa atau layanan yang diinginkan masyarakat agar bisa menarik hati Konsumen.

Dalam proses penulisannya, tentunya penulis dibantu oleh banyak pihak. Oleh sebab itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang kepada :

1. Bapak H. Nurdin Rifa'i, SE., M.Sc. MAP selaku Ketua Yayasan Nusa Jaya Depok yang telah berusaha untuk selalu mengembangkan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI ini dengan baik.
2. Prof. Dr. Sri Gambir Melati Hatta, SH selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah mengelola kampus dengan cukup baik.
3. Ibu Altatit Dianawati, S.Si., MM selaku ketua Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang terus berusaha untuk memajukan jurusan ini hingga kini telah mendapatkan Akreditasi B.
4. Ibu Catik Yustina Mart, SE, MM selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah dengan sabar bersedia membimbing dan mengarahkan penulis dari awal hingga penulis selesai menyusun skripsi dengan nilai *cumlaude*.
5. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI khususnya Jurusan Manajemen yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah

dengan penuh ketekunan dan dedikasi yang tinggi mengajar penulis hingga penulis bisa menjadi seorang Sarjana Ekonomi seperti sekarang ini.

6. Para staff dan karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah melayani penulis dengan sepenuh hati.
7. Rekan-rekan mahasiswa angkatan 2018 yang telah bersama-sama penulis menjalani masa perkuliahan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI selama empat tahun dengan penuh suka cita.
8. Ayahanda Riyanto serta Ibunda Carmonah tercinta yang telah memberikan doa dan dukungan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dan penyusunan skripsi ini dengan baik.
9. Bapak Rudyanto selaku pimpinan Klinik Pertiwi Medika yang telah memberikan izin kepada saya untuk melakukan penelitian.
10. Terima Kasih kepada Dicky Rivaldy S.H yang telah membantu dan mensupport saya dalam mengerjakan skripsi ini.
11. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan dorongan yang luar biasa selama proses pembuatan skripsi ini.
12. Serta sahabat yang selalu ada selalu support sampai sekarang Helda Sepyyani. Fasial, Ishaq dan Raya Pasaribu yang telah membantu saya dalam menyusun skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih banyak memerlukan penyempurnaan. Oleh sebab itu penulis selalu mengharapkan saran dan kritik dari para pembaca semuanya. Harapannya, di masa yang akan datang nanti penulis mampu menulis dengan lebih baik lagi. Akhir kata sekali lagi penulis mengucapkan terima kasih yang tidak terhingga dan semoga kita semua selalu diberikan kesuksesan. Amiin.

Depok, 16 Agustus 2022
Penulis,

OKTAFIA ERLINA
NIM: 2411807256

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv

BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah	5
1.3. Pembatasan Masalah	5
1.4. Rumusan Masalah	5
1.5. Tujuan Penelitian	5
1.6. Manfaat Penelitian	6
1.7. Sistematika Penulisan	6

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1. Landasan Teori	8
2.1.1. Pengertian Pemasaran.....	8
2.2. Peranan Pemasaran	8
2.3. Pengertian Manajemen Pemasaran	9
2.4. Pengertian Pemasaran Jasa	9
2.4.1. Sifat dan Karakteristik Jasa	11
2.5. Promosi.....	12
2.5.1. Pengertian Promosi	12
2.5.2. Tujuan Promosi	13
2.5.3. Indikator Promosi	13
2.5.4. Bauran Promosi	14
2.6. Pengertian Kualitas Layanan	14
2.6.1. Dimensi Kualitas Layanan	15
2.6.2. Indikator Kualitas Layanan	16
2.6.3. Elemen Layanan Pelanggan	17
2.7. Pengertian Kepuasan Pelanggan	18
2.7.1. Faktor yang mempengaruhi kepuasan Pelanggan	18
2.7.2. Mengukur Kepuasan Pelanggan	19

2.7.3. Indikator Kepuasan Pelanggan	20
2.8. Pengertian Klinik	20
2.9. Pengertian Pasien	21
2.10. Penelitian Terdahulu	21
2.11. Kerangka Pemikiran	22
2.11.1. Hipotesis	23
 BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	 25
3.1. Tempat dan Waktu penelitian	25
3.2. Jenis Penelitian	26
3.3. Populasi dan Sampel	26
3.3.1. Populasi	26
3.3.2. Sampel	26
3.4. Teknik Pengumpulan Data	27
3.4.1. Teknik Penentuan Sampel	27
3.4.2. Teknik Pengukuran Data.....	28
3.4.3. Jenis dan Sumber Data.....	28
3.5. Definisi Operasional Variabel	28
3.5.1. Skala dan Angka Penafsiran	31
3.6. Analisis Regresi Linier Berganda	32
3.7. Uji Kualitas data	33
3.8. Uji Asumsi Klasik	35
3.9. Uji Hipotesis.....	36
 BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	 42
4.1. Hasil dan Pembahasan	42
4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan	42
4.1.2. Karakteristik Responden	43
4.1.3. Tanggapan Responden	46
4.1.4. Hasil Uji Kualitas Data	52
4.1.5. Hasil Uji Asumsi Klasik	55
4.1.6. Hasil Uji Hipotesis	58
4.2. Pembahasan	62
 BAB V. SIMPULAN DAN SARAN	 65
5.1. Simpulan	65
5.2. Saran	65
 DAFTAR PUSTAKA	 67
LAMPIRAN	69

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Data Jumlah Pasien Bulanan.....	4
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3.1. Jadwal Pelaksanaan Penelitian.....	25
Tabel 3.2. Definisi Operasional Variabel.....	30
Tabel 4.1. Karakteristik Responden	43
Tabel 4.2. Tanggapan Responden atas Variabel Promosi.....	46
Tabel 4.3. Tanggapan Responden atas Variabel Layanan	48
Tabel 4.4. Tanggapan Responden atas Variabel Kepuasan Pelanggan.....	50
Tabel 4.5. Hasil Uji validitas Variabel Promosi	53
Tabel 4.6. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan.....	54
Tabel 4.7. Hasil Uji validitas Variabel Kepuasan Pelanggan	53
Tabel 4.8. Hasil Uji Reliabilitas	55
Tabel 4.9. Hasil Uji Multikolinieritas (Tolerance dan VIF)	57
Tabel 4.10. Hasil Uji Regresi Berganda	59
Tabel 4.11. Hasil Uji F	60
Tabel 4.12. Koefisien Determinasi	60
Tabel 4.13. Hasil Uji t (Uji Parsial)	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Teoritis	23
Gambar 4.1. Hasil Uji Normalitas.....	56
Gambar 4.2. Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Pendekatan Grafik	58

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Keterangan	69
Lampiran 2. Kuesioner	70
Lampiran 3. Tabulasi Data	74
Lampiran 4. Hasil <i>Output</i> SPSS	75
Lampiran 5. Kartu Bimbingan	80
Lampiran 6. Riwayat Hidup	81
Lampiran 7. Tabel F, r dan t	82