

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Laboratorium Klinik Kimia Farma Bengkulu

Zentra¹⁾; Ahmad Soleh²⁾ Rinto Noviantoro³⁾

^{1,2,3)} Universitas Dehasen Bengkulu

Email: ¹⁾ mrszentra@yahoo.com

ARTICLE HISTORY

Received [22 November 2022]

Revised [30 Desember 2022]

Accepted [24 Januari 2023]

KEYWORDS

Service Quality, Brand Image,
Customer satisfaction..

This is an open access article
under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan serta citra merek terhadap kepuasan pelanggan pada Laboratorium Klinik Kimia Farma Bengkulu serta peneliti menggunakan Penelitian dengan metode deskriptif kuantitatif. Penelitian deskriptif kuantitatif adalah penelitian yang menggambarkan dan menjelaskan fenomena-fenomena yang terjadi dilapangan dengan melakukan perhitungan-perhitungan statistik Kualitas pelayanan dan Citra Merek perusahaan merupakan salah satu faktor keberhasilan suatu perusahaan dalam mempertahankan kepuasan pelanggannya. Pelanggan pada Laboratorium Klinik Kimia Farma Bengkulu dalam hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama (simultan) mengungkapkan antara kualitas pelayanan dan citra merek sangat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Laboratorium Klinik Kimia Farma Bengkulu, Dengan ini penulis menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan citra merek memegang peran penting dalam kepuasan pelanggan. Hal ini ditunjukkan dengan nilai probabilitas (sig) $0.000 < \alpha 0.05$ termasuk pada kriteria pengujian H_a diterima dan H_0 ditolak...

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of service quality and brand image on customer satisfaction at the Kimia Farma Bengkulu Clinical Laboratory and researches used research with quantitative descriptive methods. Quantitative research is research that describes and explains phenomena that occur in the field by performing statistical calculations. service quality and company brand image are one of the success factors of a company in maintaining customer satisfaction. Customers at Kimia Farma Bengkulu Clinical Laboratory in the results of this study showed that together (simultaneously) revealed service quality and brand image had a very positive and significant effect on customer satisfaction at the Kimia Farma Bengkulu Clinical Laboratory. With this the authors concluded that services quality and brand image plays an important role in customer satisfaction. This is indicated by the probability value (sig) $0.000 < \alpha 0.05$ including the test criteria H_a is accepted and H_0 is rejected..

PENDAHULUAN

Dunia bisnis dalam era Globalisasi seperti yang tengah terjadi sekarang ini, khususnya di industri kesehatan pada masa yang akan mendatang akan semakin menjadi lebih kompetitif dan berada dalam kondisi yang sering kali tidak menentu. Secara internal, organisasi menghadapi masalah produktifitas, mutu, biaya, waktu, pelayanan, keselamatan, lingkungan dan perilaku karyawan yang semakin hari semakin berat. Sementara itu secara eksternal, organisasi mendapat tekanan bertubi-tubi dari berbagai penjuror antara lain dari pelanggan, pemasok, kompetitor, lembaga swadaya masyarakat, pememrintah dan berbagai macam perubahan yang tidak terduga.

Lembaga industri kesehatan di bidang pemeriksaan kesehatan harus mempunyai sikap profesionalisme dalam menjalankan bisnisnya dengan cara melalui penciptaan kualitas pelayanan yang bersaing secara wajar dan memprioritaskan kualitas pada jasa pemeriksa kesehatan antar berbagai Laboratorium pemeriksa kesehatan, baik dari pemerintah maupun swasta. Ketatnya persaingan dalam dunia kesehatan di Indonesia saat ini membuat masing-masing Laboratorium klinik kesehatan senantiasa berlomba-lomba untuk menarik pelanggan sebanyak mungkin dengan cara melakukan promosi, diskon harga, memasang iklan dan menjalin hubungan erat dengan pelanggan serta memberikan suatu nilai kepada pelanggan dengan kapabilitas dan probabilitas yang berbeda dengan laboratorium-laboratorium lain, sehingga terciptalah suatu kepuasan pelanggan.

Laboratorium Klinik Kimia Farma Bengkulu merupakan salah satu perusahaan jasa (pelayanan) yang beralokasi di Jalan.S.Parman No.113 Padang Jati, Kecamatan Ratu Samban Kota Bengkulu. Perusahaan ini memberikan jasa atau pelayanan dibidang pemeriksaan kesehatan yang berada dibawah naungan badan usaha milik negara (BUMN).

Perkembangan intensitas persaingan dan jumlah pesaing membuat perusahaan harus selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta berusaha memenuhi harapan pelanggan dengan cara memberikan pelayanan yang lebih baik daripada yang dilakukan oleh pesaing. Karena dengan memenuhi harapan pelanggan, maka akan tercipta suatu kepuasan konsumen yang hierarki (Atmawati 2014: 25).

Perusahaan yang sukses adalah perusahaan yang dapat melihat bisnis dari sudut pandang konsumen dengan menyediakan produk dan jasa yang relevan, serta memposisikan produk dan jasa mereka dimata konsumen, relative dibandingkan dengan produk pesaing (Alfansi, 2012:25) agar dapat mempertahankan eksistensi produk dan jasa yang ditawarkan, suatu perusahaan industri kesehatan harus semakin kreatif dan inovatif dalam memanjakan konsumen dengan cara melalui penawaran produk dan jasa dengan memberikan pelayanan prima yang berkualitas tinggi.

Kepuasan pelanggan merupakan suatu evaluasi purna beli, jika kepuasan pelanggan tercapai maka akan timbul loyalitas dari pelanggan. Oleh karena itu kepuasan pelanggan merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan yang bergerak dibidang jasa. Pelanggan yang merasa puas akan suatu produk maupun jasa, maka umumnya akan menjadi pelanggan secara terus menerus. Hal ini juga tidak menutup kemungkinan pelanggan akan memberitahu orang lain mengenai pengalamannya terhadap kualitas pelayanan yang diberikan, secara otomatis ini akan menjadi sarana promosi dan iklan langsung secara gratis. Hal tersebut menunjukkan bahwa kepuasan konsumen sangat bergantung dengan perasaan atau kesan terhadap suatu produk atau jasa. Jadi kepuasan konsumen dapat didefinisikan secara sederhana yaitu suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan dapat terpenuhi melalui apa yang mereka konsumsi.

Selain pelayanan yang berkualitas dari penyedia jasa pemeriksaan kesehatan, faktor penting lainnya yang harus diperhatikan dalam memenuhi kepuasan pelanggan yaitu citra merek. Tidak dapat dipungkiri bahwa saat ini merek dari suatu produk dan jasa sangat krusial dan efektif dalam mempertahankan kepuasan pelanggan. Faktor citra merek pasti menjadi pertimbangan pelanggan dalam memenuhi kebutuhan dan jasa terutama tentang masalah kesehatan. Oleh karena itu suatu perusahaan penyedia jasa kesehatan harus dapat mengelola dan menciptakan citra merek yang kuat sehingga persepsi yang muncul dibenak konsumen menjadi baik sehingga berdampak pada kepuasan pelanggan.

Laboratorium Klinik Kimia Farma Bengkulu merupakan salah satu lembaga penyedia jasa pemeriksaan kesehatan yang ada di Provinsi Bengkulu dan dibawah naungan pemerintah Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Adapun kegiatan operasional yang dilakukan oleh Laboratorium Klinik Kimia Farma Bengkulu adalah pemeriksaan kesehatan yang berbasis laboratorium sebagai penunjang diagnosa keluhan pelanggan yang berupa pemeriksaan kesehatan dengan laboratorium dan non laboratorium. Seperti pemeriksaan rutin hermatologi lengkap, urin lengkap, fungsi hati, fungsi ginjal, serologi, imunologi, narkoba tes(narkotes), dan pemeriksaan non Laboratorium seperti pemeriksaan rekam jantung, rontgen, treadmill, audiometri, USG, Abdomen, fisik dokter, dan lain-lain.

Pengamatan yang dilakukan pada Laboratorium Klinik Kimia Farma Bengkulu menunjukkan bahwa dalam mewujudkan tujuannya, Kimia Farma terus menerus memberikan pelayanan terbaik sesuai apa yang diinginkan oleh pelanggannya melalui beberapa cara seperti pelayanan prima oleh karyawan seperti 3S (senyum, sapa, salam), menyediakan layanan jemput sampel kerumah pelanggan (Home Service), menyediakan ruang tunggu yang nyaman dan dilengkapi dengan fasilitas Air Conditioner (AC), Televisi (TV), Sofa, Air mineral dan cemilan kecil secara gratis, selalu memperhatikan kebutuhan pelanggan dan selalu berusaha memenuhi kebutuhan pelanggan tersebut dengan layanan sebaik mungkin. Selain itu Laboratorium Klinik Kimia Farma Bengkulu dikenal oleh pelanggan merupakan perusahaan Farmasi yang bergerak dibidang kesehatan oleh BUMN, hal ini menunjukkan kepuasan tersendiri oleh pelanggan dikarenakan Laboratorium Klinik Kimia Farma Bengkulu selalu memberikan pelayanan yang berkualitas dan berpengalaman selama bertahun-tahun serta mempunyai citra merek yang terkemuka serta berpengalaman dibidangnya, mempunyai loyalitas yang tinggi kepada konsumen, hal ini diharapkan Laboratorium Klinik Kimia Farma Bengkulu dapat meningkatkan kepuasan pelanggannya.

LANDASAN TEORI

Pengertian Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran atau yang sering disebut marketing management merupakan salah satu jenis manajemen yang dibutuhkan untuk semua bisnis.

Marketing manajemen ini menyangkut produk ataupun jasa pelayanan agar lebih dikenal konsumen atau pelanggan. Manajemen pemasaran harus diperhatikan oleh sebuah perusahaan karena kontribusi banyak hal untuk kelancaran proses pemasaran.

Manajemen pemasaran juga bertugas mengukur dan menganalisis strategis proses pemasaran suatu perusahaan. Manajemen pemasaran bertugas sangat penting dalam perusahaan karena dengan adanya manajemen pemasaran perusahaan bisa meraih target pasar yang diinginkan dan mendapat lebih banyak pelanggan.

Laboratorium Klinik

Laboratorium Klinik pada dasarnya merupakan perusahaan yang bergerak dibidang jasa kesehatan masyarakat, artinya aktifitas pemeriksaan kesehatan selalu berkaitan dalam bidang dan masalah kesehatan yang dihadapi, baik perorangan, kelompok, maupun badan usaha lainnya. Aktifitas pemeriksaan kesehatan Laboratorium Klinik Kimia Farma Bengkulu sangat erat kaitannya dengan masyarakat sebab pada umumnya, pemeriksaan kesehatan merupakan salah satu unit dalam pelayanan masyarakat yang berguna untuk menunjang kesehatan dan kesejahteraan masyarakat itu sendiri. Pengertian Laboratorium Klinik berdasarkan Undang-undang peraturan menteri kesehatan Republik Indonesia No. 411/MENKES/PER/III/2010 tentang Laboratorium Klinik yaitu Laboratorium Klinik adalah Laboratorium Kesehatan yang melaksanakan pelayanan pemeriksaan spesimen klinik untuk mendapatkan informasi tentang kesehatan perorangan terutama untuk menunjang upaya diagnosis penyakit, penyembuhan penyakit, dan pemulihan kesehatan.

Kualitas Pelayanan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) pelayan adalah membantu menyiapkan (mengurus) apa-apa yang diperlukan seseorang.

Layanan prima adalah pelayanan yang memiliki ciri khas kualitas (quality nice). Ciri khas kualitas yang baik meliputi kemudahan, kecepatan, ketepatan, kehandalan, dan empathy dari petugas pelayanan dalam pemberian dan penyampaian pelayanan kepada pelanggan yang berkesan kuat yang dapat langsung dirasakan pelanggan waktu itu dan saat itu juga. Definisi kualitas pelayanan menurut (Suranto, 2012: 228) adalah "sebuah kata bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik".

Defenisi pelayanan menurut (Gronroos, 2012:2) adalah "suatu aktifitas atau serangkaian aktifitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan penyedia jasa pelayanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan.

Defenisi diatas dapat diketahui ciri pokoknya pelayanan yaitu tidak kasat mata dan melibatkan upaya manusia atau peralatan lain yang disediakan oleh perusahaan penyelenggara pelayanan.

Pelayanan merupakan faktor yang sangat penting khususnya bagi perusahaan yang bergerak dibidang jasa. Dimana hal ini biasanya fisik produk biasanya ditunjang dengan berbagai macam inisial produk. Adapun inti produk yang dimaksud biasanya merupakan jasa tertentu. Oleh karena itu pentingnya mengetahui secara teoritis tentang batasan, pengertian dan faktor-faktor yang mempengaruhi dari pada pelayanan itu sendiri.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian deskriptif kuantitatif adalah penelitian yang menggambarkan dan menjelaskan fenomena-fenomena yang terjadi dilapangan dengan melakukan perhitungan-perhitungan statistik (Sugiyono,2013:176). Metode deskriptif merupakan proses pemecahan masalah yang diselidiki dengan melukiskan keadaan subjek dan objek penelitian pada saat sekarang yang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau bagaimana adanya mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Laboratorium Klinik Kimia Farma Bengkulu. Sementara kuantitatif adalah merupakan proses pembedah dan menggali masalah-masalah dan mendapatkan pembenaran terhadap keadaan dan praktek-praktek yang sedang berelangsung dengan melakukan perhitungan-perhitungan statistik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda (multiple regression) digunakan untuk melihat pengaruh antar variable penelitian yang disesuaikan dengan model penelitian. Guna memudahkan perhitungannya, juga menggunakan bantuan program SPSS. Berikut ini disajikan hasil regresi analisis *multiple regression* pengaruh variable bebas kualitas pelayanan (X1) dan citra merek (X2) dengan variable terikat kepuasan pelanggan (Y). seperti ditunjukkan pada tabel 8, dapat diperoleh persamaan regresi yaitu:

Tabel 1.Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	10,785	3,462			3,115	,002
Kualitas Pelayanan	,282	,055	,374		5,133	,000
Citra Merek	,487	,070	,511		7,007	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil Penelitian 2022, data di olah (Output SPSS)

$$Y = 10.785 + 0.282X_1 + 0.487X_2$$

Dari persamaan regresi tersebut diketahui bahwa nilai koefisien regresi variable kualitas pelayanan positif. Hal ini menunjukkan bahwa variable kualitas pelayanan (X1) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y) dengan nilai koefisien regresi sebesar 0.282 yang bermakna bahwa jika semakin baik kualitas pelayanan maka kepuasan pelanggan juga semakin tinggi. Serta nilai koefisien regresi variable citra merek juga positif. Hal ini menunjukkan bahwa variable citra merek (X2) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y) dengan nilai koefisien regresi sebesar 0.487 yang bermakna bahwa jika semakin baik citra merek maka kepuasan pelanggan akan semakin tinggi. Kemudian untuk melihat keeratan hubungan dan seberapa besar pengaruh variable kualitas pelayanan dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan pada Laboratorium Klinik Kimia Farma Bengkulu, dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Uji t

Uji t digunakan untuk melihat pengaruh dari masing-masing variabel X secara sendiri-sendiri atau terpisah terhadap variabel Y. Hasil pengujian hipotesis uji t dengan menggunakan SPSS 21.00 adalah sebagai berikut :

Tabel 2.Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	10,785	3,462			3,115	,002
Kualitas Pelayanan	,282	,055	,374		5,133	,000
Citra Merek	,487	,070	,511		7,007	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil Penelitian 2022, data di olah (Output SPSS)

Pada Tabel 2 diketahui bahwa variable kualitas pelayanan dan citra merek sama-sama memiliki nilai probabilitas (sig) $0.000 < \alpha 0.05$ termasuk pada kriteria pengujian H_a diterima H_0 ditolak yang berarti secara persial (sendiri-sendiri) variable kualitas pelayanan dan citra merek berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Laboratorium Klinik Kimia Farma Bengkulu.

Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel-variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikatnya. Nilai koefisien determinasi ditentukan dengan nilai R square.

Tabel 3. Koefisien Determinasi

Model	Model Summary			
	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,660 ^a	,435	,425	2,232

a. Predictors: (Constant), Citra Merek, Kualitas Pelayanan

Sumber: Hasil Penelitian 2022, data di olah (Output SPSS)

Berdasarkan tabel 3, diketahui nilai koefisien korelasi berganda (R)=0.660 yang mengandung makna bahwa variable kualitas pelayanan dan citra merek memiliki keeratan hubungan dengan variable kepuasan pelanggan pada Laboratorium Klinik Kimia Farma Bengkulu sebesar 66.0% sedangkan nilai koefisien determinasi berganda (R²)=0.435. ini berarti bahwa variable kualitas pelayanan dan citra merek yang digunakan dalam persamaan regresi ini secara bersama-sama berpengaruh sebesar 43,5% terhadap kepuasan pelanggan pada Laboratorium Klinik Kimia Farma Bengkulu. Sedangkan sisanya sebesar 56,5% dipengaruhi oleh variable lain diluar penelitian.

Pembahasan

Perusahaan yang sukses adalah perusahaan yang dapat melihat peluang bisnis dari berbagai sudut pandang konsumen, memuaskan kebutuhan akan konsumen dengan menyediakan produk maupun layanan jasa yang relevan, dan memposisikan produk serta pelayanan jasa dimata konsumen, relative dibandingkan dengan produk atau perusahaan pesaing (Alfiansi, 2012:25). Tantangan besar bagi setiap perusahaan farmasi kesehatan saat ini adalah mencari terobosan terbaru agar dapat mewujudkan kepuasan pelanggan secara konsisten kepada seluruh pelanggannya. Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan hasil yang dirasakan sesuai dengan apa yang diharapkannya atau melebihi ekspektasi/harapannya (Kotler dan Armstrong, 2012:107). Kepuasan ataupun ketidakpuasan pelanggan adalah suatu respon pelanggan terhadap evolusi ketidaksesuaian (*disinformation*) yang dirasakan pelanggan antara harapan sebelumnya dengan dan loyalitas actual produk dan layanan jasa yang dirasakan bahwa dimasa persaingan yang ketat ini, semakin banyak produsen pada perusahaan lain yang terlibat dalam hal pemenuhan kebutuhan dan keinginan para pelanggannya, sehingga hal ini menyebabkan setiap badan usaha harus dapat menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama perusahaan (Tjiptono, 2014:244).

Dalam suatu teori yang membahas keterikatan konsumen dan produsen (*relationship marketing*), citra merek, kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Pada hakekatnya konsumen layanan jasa kesehatan Laboratorium Klinik Kimia Farma Bengkulu yang lebih dikenal sebagai pelanggan merupakan orang-orang yang kegiatannya membeli dan menggunakan jasa layanan fasilitas kesehatan secara terus menerus. Dan dalam hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama (*simultan*) antara kualitas pelayanan dan citra merek sangat berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Laboratorium Klinik Kimia Farma Bengkulu dengan nilai probabilitas (sig) 0.000 < *alpha* 0.05 termasuk pada kriteria pengujian H_a diterima dan H₀ ditolak.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Laboratorium Klinik Kimia Farma Bengkulu.

Pada saat ini persaingan didalam dunia bisnis kesehatan sangat ketat, sehingga pelayanan yang sangat berkualitas menjadi suatu keharusan yang harus dimiliki oleh suatu unit layanan jasa kesehatan agar mampu mempertahankan kepuasan pelanggannya. Apabila pelanggan merasa puas maka tujuan dari perusahaan layanan kesehatan akan tercapai karena jasa layanan kesehatan yang ditawarkan bernilai bagi pelanggannya. Kualitas pelayanan diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya dalam hal mengimbangi atau dapat melampaui harapan pelanggan (Tjiptono dan Chandra, 2012:77) jika jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan, maka kualitas pelayanan dapat dipersepsikan baik atau memuaskan. Pada dasarnya pelayanan jasa kesehatan merupakan perilaku dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan demi tercapainya kepuasan pada pelanggan itu sendiri.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Laboratorium Klinik Kimia Farma Bengkulu dengan koefisien nilai regresi sebesar 0.282 dan nilai probabilitas (sig) $0.000 < \alpha 0.05$ termasuk pada kriteria pengujian H_a diterima dan H_0 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa jika semakin baik kualitas pelayanan Laboratorium Klinik Kimia Farma Bengkulu maka kepuasan pelanggan Laboratorium Klinik Kimia Farma Bengkulu akan semakin tinggi/meningkat.

Hasil penelitian didukung oleh penelitian Afroz (2019) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan semua dimensinya memiliki hubungan yang sangat signifikan dan positif dengan kepuasan pelanggan. Serta hasil dari penelitian Yusuf (2019) yang membuktikan bahwa variabel kualitas pelayanan dengan dimensi:

1. *reliability* (keandalan)
2. *responsiveness* (ketanggapan)
3. *assurance* (jaminan)
4. *empathy* (empati)
5. *tangible* (bukti fisik)

sangat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan di Laboratorium Klinik Kimia Farma Bengkulu.

Kualitas pelayanan merupakan segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh penyelenggara layanan kesehatan guna memenuhi harapan pelanggan. Layanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau *Service* yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramahan yang ditunjukkan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan mencerminkan perbandingan antara tingkat layanan yang disampaikan perusahaan dibandingkan dengan ekspektasi pelanggan (Tjiptono dan Chandra, 2012:77). Jadi, kualitas pelayanan dapat dipandang sebagai tingkat keunggulan sebuah layanan untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Laboratorium Klinik Kimia Farma Bengkulu

Citra Merek merupakan sekumpulan asosiasi mengenai suatu merek yang tersimpan dalam benak atau ingatan konsumen (Schiffman, 2013:13) sedangkan menurut Kotler (2012) citra merek adalah perangkat keyakinan, ide dan kesan yang dimiliki oleh seseorang pada suatu merek. Dan menurut Supranto (2013) citra merek adalah apa yang konsumen pikirkan ketika mereka mendengar, melihat nama suatu produk inti apa yang konsumen telah pelajari.

Asosiasi tersebut dapat dikonseptualisasikan berdasarkan persepsi atas obyek yang meliputi informasi dari berbagai sumber, jenis dukungan, kekuatan dan keunikan. Citra merek suatu produk yang positif akan berdampak pada kepuasan pelanggan bahkan secara langsung maupun tidak langsung akan mampu menciptakan kesetiaan pelanggan atas produk tersebut seperti, menjaga nama baik produk dan merekomendasikannya kepada orang lain, dan hal ini juga sangat membantu produsen dalam hal promosi langsung tanpa biaya. Citra Merek juga merupakan aset tidak berwujud (*intangible asset*) yang sangat vital dalam pencapaian kinerja tingkat tinggi suatu produk seperti, meningkatkan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Laboratorium Klinik Kimia Farma Bengkulu dengan koefisien nilai regresi sebesar 0.487 dan nilai probabilitas (sig) $0.000 < \alpha 0.05$ termasuk pada kriteria pengujian H_a diterima dan H_0 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa jika semakin baik citra merek dari Laboratorium Klinik Kimia Farma Bengkulu maka kepuasan pelanggan Laboratorium Klinik Kimia Farma Bengkulu juga akan semakin tinggi. Merek suatu produk/jasa layanan kesehatan sangat krusial dalam mempertahankan kepuasan pelanggan. Semakin baik citra merek perusahaan jasa kesehatan dibenak pelanggannya maka semakin kuat pula rasa percaya diri pelanggan untuk tetap puas terhadap jasa layanan kesehatan Laboratorium Klinik Kimia Farma Bengkulu yang digunakan. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Onyanha (2013) membuktikan bahwa citra merek memiliki efek positif pada kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Merek merupakan janji penjual atau produsen untuk secara konsisten memberikan tampilan, manfaat dan jasa tertentu pada pelanggan. Ketika pelanggan memiliki pengalaman yang baik atas penggunaan berbagai produk yang dihasilkan oleh perusahaan maka pelanggan akan mempunyai citra yang positif terhadap suatu produk atau jasa, maka akan timbul kepercayaan (Shar, 2014:27)

Pada dasarnya citra merek adalah persepsi pelanggan terhadap suatu merek yang digambarkan melalui asosiasi merek yang ada dalam ingatan pelanggan. Asosiasi yang terjalin pada suatu merek dapat membentuk *Brand Image*.

Menurut (Kotler dan Armstrong, 2012: 321) asosiasi merek diklasifikasikan dalam tiga kategori yaitu:

1. *Attributes product* (atribut produk)
2. *Benefit* (Manfaat)
3. *Brands attitudes* (Sikap Merek)

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Laboratorium Klinik Kimia Farma Bengkulu dengan koefisien nilai regresi sebesar 0.282 dan nilai probabilitas (sig) $0.000 < \alpha 0.05$ termasuk pada kriteria pengujian H_a diterima dan H_0 ditolak. Artinya, semakin baik kualitas pelayanan maka kepuasan pelanggan Laboratorium Klinik Kimia Farma Bengkulu juga akan semakin tinggi.
2. Citra merek sangat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Laboratorium Klinik Kimia Farma Bengkulu dengan koefisien nilai regresi sebesar 0.487 dan nilai probabilitas (sig) $0.000 < \alpha 0.05$ termasuk pada kriteria pengujian H_a diterima dan H_0 ditolak. Artinya, semakin baik citra merek produk maupun layanan jasa Laboratorium Klinik Kimia Farma Bengkulu maka kepuasan pelanggan Laboratorium Klinik Kimia Farma Bengkulu juga akan semakin tinggi.
3. Kualitas pelayanan dan citra merek secara simultan (bersama-sama) berpengaruh sangat signifikan terhadap kepuasan pelanggan Laboratorium Klinik Kimia Farma Bengkulu dengan nilai probabilitas (sig) $0.000 < \alpha 0.05$ termasuk pada kriteria pengujian H_a diterima dan H_0 ditolak.

Saran

1. Kualitas pelayanan dan citra merek merupakan faktor penentu kepuasan pelanggan, oleh karena itu diharapkan kepada pihak Laboratorium Klinik Kimia Farma Bengkulu senantiasa selalu memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggannya dibandingkan dengan pesaing serta selalu menciptakan dan menjaga citra merek produk maupun jasa yang ditawarkan kepada seluruh pelanggan Laboratorium Klinik Kimia Farma Bengkulu, sehingga pelanggan akan tetap puas dalam menggunakan produk maupun pelayanan jasa kesehatan dari Laboratorium Klinik Kimia Farma Bengkulu.
2. Penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan Laboratorium Klinik Kimia Farma Bengkulu ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan ataupun masukan bagi masyarakat untuk lebih selektif lagi dalam memilih menggunakan jasa pelayanan kesehatan yang berkualitas.
3. Bagi peneliti selanjutnya, peneliti disarankan meneliti variabel lain yang mempengaruhi loyalitas pelanggan, peneliti selanjutnya juga dapat melakukan penelitian dengan judul yang sama namun pada objek yang berbeda atau dapat juga diharapkan dapat memperluas cakupan populasi penelitian ataupun menambah hasil penelitian yang sama pada wilayah yang berbeda agar penelitian saling melengkapi.
4. Bagi akademik, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas tentang praktek pengaruh kualitas pelayanan dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan di perusahaan jasa (Laboratorium Klinik Kimia Farma Bengkulu) sesuai dengan teori yang telah dipelajari oleh peneliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Atmawati, 2014. Pengembangan Intensitas Persaingan Dalam Dunia Bisnis (Tempat dan penerbit).
- Alfansi, L. 2012. Pemasaran Jasa Finansial. Jakarta : Salemba Empat
- Aljhosha, J. 2017. Hubungan Kualitas Pelayanan dan Harga Dengan Kepuasan Konsumen Barbershop & Salon Mr. Bani Bengkulu. Skripsi fakultas Ekonomi Universitas Dehasen Bengkulu.
- Aaker dan Biel, 2013. Indikator yang membentuk Merek Image. University Diponegoro Semarang
- Afros, 2019. "kualitas pelayanan dan semua demensinya memiliki hubungan yang sangat signifikan dan positif dengan kepuasan pelanggan". Jakarta PT.Gramedia Pustaka Umum
- Aaker, D. dan Biel, A. 2013. Merek Equity and Advertising : Advertising Role in Building Strong Merek. Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates
- Choirunissa, 2017. "Analysis of the effect of variable service quality on customer satisfaction in Kimia Farma Laboratory", University Diponegoro Semarang

- Cannon, J. P., D. William, Jr. Perreault., dan M. Jerome, 2012. *Dasar-dasar Pemasaran: Pendekatan Manjerial Global*. Alih Bahasa. Jakrta : Salemba Empat
- Damayanti, 2019. "Pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan. Universitas Dehasen Bengkulu.
- Deyna, P. 2018. *Typedan Kualitas Laboratorium*. [https://www. Inflofmed.com](https://www.inflofmed.com).
- Engel, 2013. Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli dimana alternative yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil. *Jurnal EMBA*. Vol 2. No.3.
- Engel, 2013. Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli dimana alternative yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (outcome) sama atau melampaui harapan pelanggan
- Gronroos 2012. *Defenisi Pelayanan*. New Jarsey: Pearson Education Limited
- Irawan, 2012. konteks teori consumer behavior, kepuasan lebih banyak didefenisikan dari perspektif penilaian pelanggan. Yogyakarta: Media Presindo.
- J.suranto, dan Gronroos 2012. *Defenisi Kualitas Pelayanan*.Yogyakarta: BPFE
- Kotler dan Keller, 2012. *Marketing Management*, New Jarsey: Pearson Prantice Hall.
- Kotler dan Armstrong, 2012. *Atributes Product*. Yogyakarta. Bina Aksara
- Kotler,P and Armstrong G. 2012. *Principles Of Marketing*.New Jarsey : Pearson Education Limited
- Kotler dan amstrong, 2013. *Merek Image*.New Jarsey: Pearson Education.
- Kimia Farma, 2022 *Sejarah terbentuknya PT.Kimia Farma*. Jakarta
- Kotler, P., dan Keller,K. L. 2012 *Marketing Mangement*. New Jarsey :Pearson Prentice Hall
- Kotler, P., and Armstrong, G.2012 *Priciples of Marketing*. New Jarsey: Pearson Education Limited
- Lupiyoadi, 2013. *Kualitas Pelayanan, Emosional dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan*. Yogyakarta: Bina Aksara.
- Nerys L. Tarigan, 2015. "analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan costumer PT.Kimis Farma Trading and Distribution". Universitas Indonesia.
- Rengkuti, F. 2013, *The Power of Brand*. Jakarta:Pt.Gramedia Pustaka Umum
- Shar, 2014. Citra Merek yang positif akan menarik pembeli melakukan pembelian. *Jurnal EMBA*
- Stanton, 2013. *Pemasaran Dalam Dunia bisnis*. Jakarta : Salemba Empat..
- Sugiyono, 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Schiffman, Kotler, Supranto 2013 "citra merek adalah perangkat keyakinan, ide dan kesan yang dimiliki oleh seseorang pada suatu merek"
- Stephen, L, S, Jr., W. M., A. N Wahid. Ismail., dan A. Harun 2013. *The Efect og Branfd Image on Oferall satisfaction and Loyalty intention In The Context Of Color Cosmetic*. Asian Academy of Management Journal, 112, 83-107
- Shar, A. 2014. *Analysis Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Lembaga Pendidikan BP2K " SuryaFaarma Husada" Bengkulu (Studi KAsus pada Lembaga Pendidikan BP2K "Surya Farma Husada " Bengkulu)*. Tesis Program Pasca sarjana Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Bengkulu
- Tjiptono dan Chandra, 2012. *Kualitas Pelayanan dan Citra Merek Terhadap Keppuasan Pelanggan*.
- Tjiptono dan Chandra, 2012. *Manajemen Pemasaran: pelayanan (service) bisa dipandang sebagai sebuah system*. Yoyakarta: Andi Sugoro.
- Tjiptono dan Chandra, 2012. mendefenisikan merek sebagai nama, istilah, tanda, lambing desain, atau kombinasinya, yang dimaksud untuk mengidentifikasi barang atau jasa. *Jurnal American Marketing association (AMA)*.
- Tjiptono,F., dan Chandra, G. 2012. *Pemasaran Stratgik : Mengupas Pemasaran Strategik, Branding strategy, Customer satisfaction, strategi Kompetitif Hinga e-Marketing*. Edisi 2. Yogyakarta : Andi Offset
- Tjiptono, F. 2014. *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta : Andi Offset
- Yusup, K. D. 2019. *Analyzing The Effect Of Service Quality On Customer satisfaction Of Islamic Managemen in West Java Province, Indonesia*. *Management Science, Letters* 9, 2347-2356
Homepage : www.GrowingScience.com/msl