

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PERSEPSI HARGA  
DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN PADA KLINIK MSGLOW SURABAYA**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi persyaratan guna

Mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

**Di Ajukan Oleh :**

**Nadhiya Anggrahani**

**NBI : 1211508660**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA  
2019**

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**Nama Lengkap** : Nadhiya Anggrahani

**NBI** : 1211508660

**Fakultas** : Ekonomi dan Bisnis

**Program Studi** : Manajemen

**Judul Skripsi** :

PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN CITRA  
MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA KLINIK MSGLOW  
SURABAYA

Surabaya, 13 AGUSTUS, 2019.

Mengetahui/Menyetujui

Pembimbing,

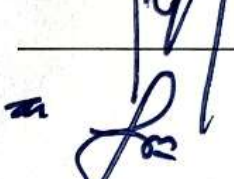




**Drs. Ec. I.B. Cempena, MM.**

**LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI**

Dipertahankan didepan sidang Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar sarjana Ekonomi pada tanggal **02 Agustus 2019**

**TIM PENGUJI :**

- |   |                  |  |
|---|------------------|--|
| <b>1. Drs. Ec. I.B. Cempena, MM.</b>    | <b>- Ketua</b>   |   |
| <b>2. Drs. Ec. Nono Soepriyadi, MM.</b> | <b>- Anggota</b> |  |
| <b>3. Drs. Ec. Sigit Santoso, MM.</b>   | <b>- Anggota</b> |  |

Mengesahkan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

D e k a n,



**Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA.**

**NPP. 20220.93.0319**

## SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT

Yang Bertanda Tangan dibawah ini :

Nama : Nadhiya Anggrahani  
NBI : 1211508660  
Fakultas/Prodi : Ekonomi/Manajemen  
NIK : 3578085907970003  
Alamat Rumah : Jl. Jojoran III B no. 21, Surabaya

Dengan ini menyatakan skripsi yang berjudul :

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA KLINIK MSGLOW SURABAYA.**

Adalah hasil kerja Tulisan saya sendiri dan bukan hasil plagiat dari Karya Tulis Ilmiah orang lain baik berupa Artikel; Skripsi; Thesis ataupun Disertasi.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, jika di kemudian hari ternyata terbukti bahwa Skripsi yang kami tulis adalah hasil Plagiat maka saya bersedia menerima sanksi. Dan saya bertanggung jawab secara mandiri tidak ada sangkut pautnya dengan Dosen Pembimbing dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi Untag Surabaya.

Surabaya, 13 Agustus 2019



Nadhiya Anggrahani



**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya,  
Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nadhiya Anggrahani  
 NBI : 1211508660  
 Fakultas : Ekonomi  
 Program Studi : Manajemen  
 Jenis Karya : Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi/Laporan Penelitian/Makalah

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk  
memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus  
1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive**

Pengaruh kualitas layanan, persepsi  
Harga dan Citra merek terhadap kepuasan  
pelanggan ~~terhadap~~ pada Klinik MS6low Surabaya

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive  
Royalty-Free Right)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus  
1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau  
memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data  
(database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
 Pada Tanggal : .....

Yang Menyatakan,



Nadhiya. A.



# MSGLOW "Aesthetic Clinic"

Jl. Biliton No.1 Tlp : 0822-3140-5405

Surabaya 60281

Surabaya, 18 July 2019

Nomor : /SKR-MHS/2019  
Sifat : Biasa  
Lampiran : -  
Perihal : Balasan Permohonan Ijin Penelitian

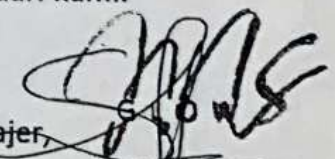
Kepada  
Yth. Dekan Universitas  
17 Agustus 1945  
Di Surabaya

Menanggapi surat saudara per tanggal 25 Mei 2019 perihal " Permohonan Ijin Penelitian,pada mahasiswi :

No.	Nama Mahasiswa	NBI	Judul Skripsi
1.	Nadhiya Anggrahani	1211508660	Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Harga dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan

Dengan ini diberitahukan pada skripsinya bahwa kami tidak keberatan dengan permohonan yang dimaksud dengan menyebarkan questioner yang dibuat. Demikian balasan surat dari kami.

Manajer,

  
MSGLOW  
Aesthetic Clinic  
(SHELLA MARTALIA)

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN CITRA  
MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA KLINIK  
MSGLOW SURABAYA**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi persyaratan guna

Mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

**Di Ajukan Oleh :**

**Nadhiya Anggrahani**

**NBI : 1211508660**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

**2019**

## **LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

**Nama Lengkap** : Nadhiya Anggrahani

**NBI** : 1211508660

**Fakultas** : Ekonomi dan Bisnis

**Program Studi** : Manajemen

**Judul Skripsi** :

PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN CITRA MEREK  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA KLINIK MSGLOW SURABAYA

Surabaya, ....., ....., 20.....

Mengetahui/Menyetujui

Pembimbing,

Drs. Ec. I.B. Cempena, MM.



## **LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI**

Dipertahankan didepan sidang Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar sarjana Ekonomi pada tanggal **02 Agustus 2019**

### **TIM PENGUJI :**

1. **- Ketua** \_\_\_\_\_
2. **- Anggota** \_\_\_\_\_
3. **- Anggota** \_\_\_\_\_

Mengesahkan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

D e k a n,

Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA.

NPP. 20220.93.0319

## **SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT**

Yang Bertanda Tangan dibawah ini :

Nama : Nadhiya Anggrahani  
NBI : 1211508660  
Fakultas/Prodi : Ekonomi/Manajemen  
NIK : 3578085907970003  
Alamat Rumah : Jl. Jojoran III B no. 21, Surabaya

Dengan ini menyatakan skripsi yang berjudul :

PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN CITRA MEREK  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA KLINIK MSGLOW SURABAYA.

Adalah hasil kerja Tulisan saya sendiri dan bukan hasil plagiat dari Karya Tulis Ilmiah orang lain baik berupa Artikel; Skripsi; Thesis ataupun Disertasi.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, jika di kemudian hari ternyata terbukti bahwa Skripsi yang kami tulis adalah hasil Plagiat maka saya bersedia menerima sanksi. Dan saya bertanggung jawab secara mandiri tidak ada sangkut pautnya dengan Dosen Pembimbing dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi Untag Surabaya.

Surabaya, .....

Materai

Nadhiya Anggrahani

## KATA PERSEMBAHAN DAN MOTTO

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas limpahan Rahmat dan Karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA KLINIK MSGLOW SURABAYA” dengan tepat waktu.

Penghargaan dan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada orang tua yang telah mencurahkan segenap cinta dan kasih sayang serta perhatian moril maupun materil. Semoga Tuhan selalu melimpahkan rahmat, kesehatan, karunia dan keberkahan di dunia dan di akhirat atas budi baik yang telah diberikan kepada penulis.

Penghargaan dan terima kasih penulis berikan kepada:

1. Bapak Dr. Mulyanto Nugroho, MM. CMA. CPAI. selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya;
2. Bapak Dr.H.Slamet Riyadi, Msi, Ak, CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya;
3. Ibu Dra. Ec. Ulfi Pristiana, M.Si. selaku Kaprodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya;
4. Bapak Drs. Ec. I.B. Cempena, MM. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan memberikan motivasi-motivasi guna penyelesaian skripsi ini.

5. Bapak/Ibu dosen dan staff di lingkungan Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1745 Surabaya yang telah banyak membantu demi kelancaran dalam proses penulisan skripsi hingga akhir.
6. Orang tua tercinta yang telah menjadi motivasi utama dan telah memberi semangat sehingga skripsi ini bisa selesai.
7. Untuk sahabat-sahabat saya, teman, kerabat dan orang-orang yang telah datang maupun pergi dalam hidup saya, terima kasih untuk semua dukungan dan semangat yang telah kalian berikan.
8. Terima kasih juga kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih belum sempurna, baik dalam teknik penulisan maupun keterbatasan pengetahuan penulis. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis mohon maaf atas segala kekurangan dan berharap pembaca memberikan kritik, saran, dan masukan agar nantinya bisa lebih baik lagi. Semoga karya tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi dunia pendidikan, khususnya di bidang manajemen, serta dapat menambah wawasan berpikir bagi para pembacanya. Motto saya adalah *“Jika rencanamu tidak berjalan dengan baik, itu bukan akhir. Orang tidak bisa hidup pada hal yang sudah beres saja, Aku harus mencoba yang terbaik dan mendapatkan impianku. Bahkan jika itu sulit, Aku harus membangun diriku sendiri”*

Surabaya, 22 July 2019

Penulis

Nadhiya Anggrahani

## KATA PENGANTAR

Kepuasan Pelanggan dirancang untuk mengukur rasa kepuasan dari sisi pengalaman, kehandalan, serta kecepatan dalam melayani. Proses pencapaiannya melalui berbagai macam faktor yang dirangkai sebagai suatu kesatuan yang saling mendukung pencapaian Kepuasan Pelanggan.

Bila semua faktor digabung menjadi satu dan disajikan dalam bentuk penelitian, maka dapat dipelajarilah hal-hal yang mempengaruhi konsumen dalam mencapai kepuasan yang tinggi.

Pengaruh-pengaruh yang berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan perlu disajikan sebagai satu kesatuan dalam penelitian. Hal ini dimaksudkan untuk memberikan wawasan yang utuh tentang prinsip-prinsip dasar yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dan tahap – tahap yang perlu dicapai agar dapat memperoleh kinerja yang tinggi dan terbaik.

Skripsi ini menjabarkan usaha minimal yang harus perusahaan lakukan untuk mencapai kepuasan pelanggan yang diharapkan. Sesuai dengan pendekatan dipergunakan dalam keilmuan, perusahaan diberikan kesempatan untuk mempelajari sumber informasi yang membuka wawasan dan pengaruh yang terbentang luas di sekitarnya. Peran Konsumen sangat penting untuk meningkatkan kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Penelitian ini juga dapat memperkaya informasi dan tambahan ilmu dalam bentuk kegiatan-kegiatan lain yang sesuai dan relevan bersumber dari hasil penelitian ini.

Implementasi terbatas pada pengukuran kepuasan pelanggan telah mendapat tanggapan positif dan masukan yang sangat berharga melalui skripsi ini. Pengalaman sebelumnya tersebut dipergunakan semaksimal mungkin dalam menyiapkan skripsi ini untuk implementasi menyeluruh pada perusahaan untuk sekarang dan seterusnya. Skripsi

ini juga merupakan penyempurnaan dari model penelitian yang telah ada sebelumnya. Skripsi ini sangat terbuka dan dapat terus dilakukan serta penyempurnaan dimasa mendatang.

Mudah-mudahan skripsi ini dapat memberikan yang terbaik bagi kemajuan dunia pendidikan dan keilmuan serta dapat meningkatkan dan memajukan organisasi dalam rangka mempersiapkan mencapai kepuasan pelanggan terbaik dan tertinggi.

Surabaya, 22 July 2019

Nadhiya Anggrahani

## **RINGKASAN**

### **PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PERSEPSI HARGA, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN**

Klinik MSGLOW telah menjual produk skincare dan bodycare secara online di tahun 2013 yang merupakan singkatan dari moto perusahaan yaitu Magic For Skin sehingga memperoleh kepercayaan dari jutaan customer dan senantiasa berusaha memiliki keunggulan tersendiri kepada para konsumennya, baik dari segi harga, pelayanan, citra merek dan kepuasan pelanggan. Skin care tersebut dipasarkannya cukup sesuai dengan permintaan konsumen apalagi Klinik MSGLOW sudah memiliki beberapa reseller, klinik dan member. Perawatan kecantikan Klinik MSGLOW mempunyai beragam konsumen mulai dari Dewasa, siswa sekolah dan Mahasiswa/i. Namun, menurut saya para pelanggan terbanyak yang mengunjungi Klinik MSGLOW ialah yang berprofesi pekerja baik tua maupun muda dan kalangan mahasiswa mahasiswi.

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai sesuai dengan rumusan masalah yang telah dipaparkan adalah untuk mengetahui, menganalisis dan menjawab eranan Kualitas Layanan, Persepsi Harga dan Citra Merek terhadap Kepuasan pelanggan. Penelitian ini mengambil responden baik laki-laki maupun perempuan sebanyak jumlah mencapai 100 orang. Dalam pelaksanaan dilapangan, penelitian ini mengambil data primer yaitu dengan menggunakan kuesioner. Adapun data sekunder selain data primer yang diperoleh, didapat dari staff personalia Klinik MSGLOW Surabaya meliputi profil dan struktur organisasi perusahaan. Jenis penelitian yang akan digunakan adalah menggunakan metode penelitian kuantitatif. Hasil akhir dari penelitian ini adalah

gambaran mengenai hubungan sebab akibat, sehingga metode ini menggunakan sampel dan hipotesis.

Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda untuk menguji hipotesis. Sedangkan uji asumsi klasik yang digunakan antara lain, multikolinieritas, Uji Heteroskedastisitas, dan Uji Normalitas Data. Secara keseluruhan, indikator yang digunakan dalam penelitian ini valid (karena koefisien korelasi  $>0,90$  dengan signifikansi  $<0,05$ ) dan reliabel (karena nilai koefisien *Cronbach Alpha*  $> 0,6$ ). Hasil Uji Asumsi Klasik juga menunjukkan bahwa penelitian ini telah memenuhi, antara lain 1.) Kedua model regresi tidak terjadi multikolinieritas; 2.) terjadi problem Heteroskedastisitas; 3.) Residual kedua model regresi ebrdistribusi normal.

Pada hasil temuan analisis dengan menggunakan regresi linier berganda yang sekaligus menjawab hipotesis dengan menyimpulkan bahwa, Pengaruh Citra Merek (X3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) adalah paling signifikansi diantara tiga variabel yang lain, yaitu 0,268 dengan tingkat signifikansi 0,000. Hasil tersebut lebih tinggi daripada variabel Kualitas Layanan (X1) 0,117 dengan tingkat signifikansi 0,016 dan juga Persepsi Harga (X2) 0,213 dengan tingkat signifikansi 0,003. Selain itu, hasil ini juga didukung dengan temuan bahwa, pengaruh Citra Merek memiliki peranan secara langsung pada Klinik MSGLOW Surabaya dan terbukti dengan besaran pengaruh mencapai Nilai  $R^2$  ( R Square) sebesar 71,9% (0,719).



## **SUMMARY**

### **THE EFFECT OF SERVICE QUALITY, PRICE PERCEPTION, AND BRAND IMAGE ON CUSTOMER SATISFACTION**

The MSGLOW Clinic has sold skincare and bodycare products online in 2013 which stands for the company's motto, Magic For Skin, so that it can gain the trust of millions of customers and always strives to have its own advantages for consumers, both in terms of price, service, brand image and satisfaction customer. The skin care marketed is quite in accordance with consumer demand, especially the MSGLOW Clinic already has several resellers, clinics and members. Beauty Care Clinic MSGLOW has a variety of consumers ranging from adults, school students and students. However, in my opinion the most customers who visit the MSGLOW Clinic are those who work both young and old and female students.

The research objectives to be achieved in accordance with the formulation of the problem that has been described is to know, analyze and answer the role of Service Quality, Price Perception and Brand Image on customer satisfaction. This study took as many as 100 male and female respondents. In the implementation of the field, this study took primary data using a questionnaire. The secondary data besides the primary data obtained, obtained from the personnel staff of the Surabaya MSGLOW Clinic, covers the profile and organizational structure of the company. The type of research that will be used is using quantitative research methods. The final result of this study is a description of the causal relationship, so that this method uses samples and hypotheses.

The analysis technique used is multiple linear regression analysis to test the hypothesis. While the classic assumption test used, among others, is multicollinearity, Heteroscedasticity Test, and Data Normality Test. Overall, the indicators used in this study

are valid (because the correlation coefficient is  $> 0.90$  with significance  $< 0.05$ ) and reliable (because the value of the Cronbach Alpha coefficient is  $> 0.6$ ). Classical assumption test results also show that this study has fulfilled, among other things, 1.) Both regression models do not occur multicollinearity; 2.) Heteroscedasticity problems occur; 3.) Residuals of the two normal distribution regression models.

On the results of the analysis using multiple linear regression which simultaneously answers the hypothesis by concluding that, the Effect of Brand Image (X3) on Customer Satisfaction (Y) is the most significant among the three other variables, namely 0.268 with a significance level of 0,000. The result is higher than Service Quality variable (X1) 0.117 with a significance level of 0.016 and also Price Perception (X2) 0.213 with a significance level of 0.003. In addition, this result is also supported by the finding that the influence of Brand Image has a direct role in the Surabaya MSGLOW Clinic and it is proven by the magnitude of the effect reaching the R<sup>2</sup> (R Square) value of 71.9% (0.719).

## **ABSTRAK**

### **PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA KLINIK MSGLOW SURABAYA**

Tujuan penelitian ini adalah: (1) Untuk membuktikan dan menganalisa apakah kualitas layanan, persepsi harga, dan citra merek berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada Klinik MSGLOW Surabaya. (2) Untuk membuktikan dan menganalisa apakah pengaruh kualitas layanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan di Klinik MSGLOW Surabaya. (3) Untuk membuktikan dan menganalisa apakah pengaruh persepsi harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan di Klinik MSGLOW Surabaya. (4) Untuk membuktikan dan menganalisa apakah citra merek berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan di Klinik MSGLOW Surabaya.

Data Primer dalam penelitian ini diperoleh dari responden melalui penyebaran kuisioner. Penelitian yang penulis kerjakan merupakan termasuk ke dalam golongan penelitian survey. Sehingga, sampel yang akan diambil sebanyak 100 responden. Perhitungan hasil jawaban kuisioner di hitung dengan menggunakan SPSS, yang mana hasil dari uji F yang dihasilkan sebesar 52.220, yang berarti kualitas pelayanan, persepsi harga dan citra merk berpengaruh simultan terhadap variabel kepuasan pelanggan. Sedangkan uji t, yang dihasilkan pada masing masing variabel adalah : t hitung pada variabel kualitas layanan (X1) adalah 2.463, t hitung pada variabel Persepsi harga (X2) adalah 3.096, t hitung pada variabel Citra merk (X3) adalah 3.771 dimana dari ketiga variabel tersebut berada di atas t tabel dengan tingkat signifikan dibawah 0,05, hal ini

berarti kualitas pelayanan, persepsi harga dan citra merk secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

***Kata kunci : Kualitas layanan, Prsepsi Harga dan Citra Merek, Kepuasan Pelanggan.***

## ABSTRACT

### **THE EFFECT OF SERVICE QUALITY, PRICE AND BRAND IMAGE PERCEPTION ON CUSTOMER SATISFACTION IN THE CLINIC OF MSGLOW SURABAYA**

The objectives of this study are: (1) To prove and analyze whether service quality, price perception, and brand image simultaneously influence customer satisfaction at the Surabaya MSGLOW Clinic. (2) To prove and analyze whether the effect of service quality has a partial effect on customer satisfaction at the MSGLOW Clinic in Surabaya. (3) To prove and analyze whether the effect of price perception has a partial effect on customer satisfaction at the MSGLOW Clinic in Surabaya. (4) To prove and analyze whether the brand image has a partial effect on customer satisfaction at the Surabaya MSGLOW Clinic.

Primary data in this study were obtained from respondents through questionnaire deployment. The research that the authors are doing is included in the survey research group. So, the sample to be taken is 100 respondents. The calculation of the results of the questionnaire answers is calculated using SPSS, which results from the resulting F test of 52,220, which means service quality, price perception and brand image have a simultaneous effect on the variable customer satisfaction. While the t test, which is produced on each variable is: t count on service quality variable (X1) is 2.463, t count on variable price perception (X2) is 3.096, t count on variable brand image (X3) is 3.771 where of the three these variables are above t table with a significant level below 0.05, this means that service quality, price perception and brand image partially affect customer satisfaction.

***Keywords: Service quality, Price and Brand Image perception, Customer Satisfaction.***

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI .....	iii
SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT.....	iv
KATA PERSEMBAHAN DAN MOTTO.....	v
KATA PENGANTAR .....	vii
RINGKASAN .....	ix
<i>SUMMARY</i> .....	xi
ABSTRAK.....	xiii
<i>ABSTRACT</i> .....	xv
DAFTAR ISI.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xx
DAFTAR TABEL.....	xxi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1. Landasan Teori.....	9
2.1.1. Pengertian Manajemen.....	9
2.1.2. Pengertian Pemasaran.....	10
2.1.3. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	11
2.1.4. Pengertian Bauran Pemasaran.....	14
2.1.5. Pengertian Pemasaran Jasa.....	17

2.1.6. Pengertian Perilaku Konsumen.....	20
2.1.6.1. Faktor-faktor Perilaku Konsumen.....	22
2.1.7. Pengertian Kualitas Layanan (X1).....	23
2.1.8. Pengertian Persepsi Harga (X2).....	28
2.1.8.1. Kebijakan Penetapan Harga.....	29
2.1.8.2. Tujuan Penetapan Harga.....	29
2.1.8.3. Peranan Dari Harga.....	30
2.1.8.4. Indikator Persepsi Harga.....	31
2.1.9. Pengertian Citra Merek (X3).....	31
2.1.9.1. Tujuan Citra Merek.....	32
2.1.9.2. Karakteristik Citra Merek.....	32
2.1.9.3. Indikator Citra Merek.....	33
2.1.10. Pengertian Kepuasan Pelanggan (Y).....	34
2.1.10.1. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen....	35
2.1.10.2. Beberapa metode yang biasa digunakan perusahaan untuk mengukur kepuasan pelanggannya.....	36
2.1.10.3. Indikator Kepuasan Pelanggan.....	37
2.2. Penelitian Terdahulu.....	38
2.3. Hubungan Antar Variabel.....	43
2.4. Kerangka Konseptual.....	46
2.5. Hipotesis.....	46
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>48</b>
3.1. Desain Penelitian.....	48
3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	49
3.3. Jenis dan Sumber Data.....	49
3.3.1. Sumber Data.....	49
3.3.2. Jenis Data.....	50
3.4. Populasi dan Sampel.....	51
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	52

3.6. Definisi Variabel dan Definisi Operasional.....	53
3.6.1. Definisi Variabel.....	53
3.6.2. Definisi Operasional.....	54
3.7. Proses Pengolahan Data.....	57
3.8. Metode Analisis Data.....	58
3.8.1. Uji Kesahihan Angket.....	59
3.8.2. Uji Asumsi Klasik.....	60
3.9. Cara Pengolahan Data dan Teknik Pengujian Hipotesis.....	62
3.9.1. Analisis Regresi Linier Berganda.....	62
3.9.2. Uji Statistik T .....	63
3.9.3. Uji Statistik F .....	65
3.9.4. Uji Koefisien Determinasi .....	66
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>68</b>
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	68
4.1.1. Awal Terbentuk Klinik MSGLOW Surabaya.....	68
4.1.2. Sejarah Klinik MSGLOW Surabaya.....	68
4.1.3. Struktur Organisasi Klinik MSGLOW Surabaya.....	69
4.2. Deskripsi Hasil Penelitian.....	70
4.2.1. Karakteristik Jawaban Responden.....	70
4.2.2. Gambaran Jawaban Responden.....	74
4.3. Uji Instrumen.....	80
4.3.1. Uji Validitas.....	80
4.3.2. Uji Realibilitas.....	82
4.4. Uji Asumsi Klasik.....	83
4.4.1. Uji Multikolienaritas.....	83
4.4.2. Uji Heteroskedasitas.....	84
4.4.3. Uji Normalitas.....	86
4.5. Analisis Data.....	88
4.5.1. Analisis Regresi Linier Berganda.....	88



4.5.2. Koefisien Determinasi $R^2$ .....	90
4.6. Pengujian Hipotesis.....	90
4.6.1. Uji Statistik T.....	90
4.6.2. Uji Statistik F.....	92
4.7. Pembahasan Hasil Penelitian.....	93
4.7.1. Regresi Linier Berganda.....	93
4.7.2. Koefisien Determinasi $R^2$ .....	94
4.7.3. Uji Parsial.....	95
4.8. Implikasi Penelitian.....	96
4.9. Keterbatasan Penelitian.....	96
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>97</b>
5.1. Simpulan.....	97
5.2. Saran.....	97
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>99</b>

## DAFTAR GAMBAR

2.3. Kerangka Konseptual.....	46
3.1. Desain Penelitian.....	48
4.1.3. Struktur Organisasi Klinik MSGLOW.....	69
4.4.2. Gambar Heteroskedastisitas.....	85

## DAFTAR TABEL

1.1 Tren tingkat perkembangan industri kosmetik.....	3
2.2 Tabel Penelitian Terdahulu.....	39
3.2 Tabel skor skala pengukuran.....	57
4.2.1.1. Tabel Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	70
4.2.1.2. Tabel Responden berdasarkan Banyaknya Kunjungan.....	71
4.2.1.3. Tabel Responden berdasarkan Usia.....	71
4.2.1.4. Tabel Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	72
4.2.1.5. Tabel Responden berdasarkan Pekerjaan.....	73
4.2.1.6. Tabel Responden berdasarkan Penghasilan.....	74
4.2.2.1. Tabel Hasil Pernyataan Variabel Kualitas Layanan (X1).....	76
4.2.2.2. Tabel Hasil Pernyataan Variabel Persepsi Harga (X2).....	77
4.2.2.3. Tabel Hasil Pernyataan Variabel Citra Merek (X3).....	78
4.2.2.4. Tabel Hasil Pernyataan Variabel Kepuasan Pelanggan (Y).....	79
4.3.1. Tabel Uji Validitas.....	81
4.3.2. Tabel Uji Realibilitas.....	83
4.4.1. Tabel Uji Multikolinearitas.....	84
4.4.3. Tabel Uji Normalitas.....	87
4.5.1. Tabel Analisis Regresi Linier Berganda.....	88
4.5.2. Tabel Uji Koefisien Determinasi $R^2$ .....	90
4.6.1. Tabel Uji Statistik T.....	91
4.6.2. Tabel Uji Statistik F.....	93

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner .....	102
Lampiran 2 Tabulasi.....	108
Lampiran 3 Uji Validitas .....	120
Lampiran 4 Uji Realibilitas.....	137
Lampiran 5 Uji Regresi Linier berganda.....	162
Lampiran 6 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	162.
Lampiran 7 Uji F.....	163
Lampiran 8 Uji T.....	163