

KUISIONER

Kuisisioner ini digunakan sebagai bahan penyusunan skripsi mengenai

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

Oleh : Nadhiya Anggrahani

NBI : 1211508660

Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Jl. Semolowaru no. 45 Surabaya, Telp. 031-5931800

A. Petunjuk Pengisian

Beri tanda (√) pada kolom yang sudah disediakan sesuai dengan keadaan pada setiap pernyataan yang tercantum.

B. Identitas Responden

1. Jenis Kelamin : Laki – Laki
 Perempuan
2. Kunjungan : Satu Kali
 Dua Kali
 Tiga Kali
3. Usia : 17-25 tahun
 25-35 tahun
 35-45 tahun
 >45 tahun

4. Pekerjaan : Pelajar/Mahasiswa

Wiraswasta

Pegawai Negeri

Pegawai Swasta

Pensiunan

Lain - lain

5. Penghasilan : Rp 1.200.000 – Rp 3.000.000

Rp Rp 3.000.000 – Rp 5.000.000

Rp >5.000.000

C. Kriteria Bobot Skor Penilaian

Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju
STS	TS	N	S	SS
Nilai 1	Nilai 2	Nilai 3	Nilai 4	Nilai 5

D. Daftar Pernyataan Variabel Kualitas Layanan (X1)

VARIABEL KUALITAS LAYANAN (X1)						
Indikator						
Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>) X1.1		Jawaban				
No.	Keterangan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Kondisi Ruangan Menarik					
2.	Pakaian Pegawai Rapi					
3.	Kebersihan dan keamanan tempat					
Keandalan (<i>Reliability</i>) X1.2						
4.	Pegawai selalu senyum					
5.	Kecepatan dalam melayani pelanggan					
6.	Pelayanan memuaskan					
Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>) X1.3						
7.	Tanggap terhadap keluhan pengunjung					
8.	Pengunjung tidak terlalu lama menunggu dalam mengantri					
9.	Pengunjung disuguhkan minum sebelum dan sesudah treatment					
Jaminan (<i>Assurance</i>) X1.4						
10.	Keramahan dalam melayani pengunjung					
11.	Peralatan Treatment yang disediakan steril/bersih					
12.	Pengelolaan tempat parkir aman					
Empati (<i>Empathy</i>) X1.5						
13.	Pegawai mampu mengkomunikasikan dengan baik					
14.	Pegawai Klinik MSGLOW selalu berusaha untuk mengerti keinginan dan kebutuhan pengunjung					
15.	Jika komplain selalu ditanggapi dengan cepat					

E. Daftar Pernyataan Variabel Persepsi Harga (X2)

VARIABEL PERSEPSI HARGA (X2)						
Indikator						
		Jawaban				
No.	Keterangan	STS	TS	KS	S	SS
Keterjangkauan Harga X2.1						
16.	Harga yang ditawarkan Klinik MSGLOW bervariasi sesuai jenis kulit					
17.	Harga produk di Klinik MS Glow terjangkau					
Kesesuaian Harga dengan Kualitas produk dan layanan X2.2						
18.	Harga yang ditawarkan Klinik MSGLOW sesuai dengan kualitas packaging yang diberikan					
19.	Harga treatment Klinik MSGlow sesuai dengan layanannya					
Daya Saing Harga X2.3						
20.	Harga yang ditawarkan Klinik MSGLOW memiliki daya saing dengan harga yang ditawarkan pesaing					
21.	Harga tidak jauh berbeda dengan pesaing					
Kesesuaian Harga dengan Manfaat X2.4						
22.	Harga yang ditawarkan Klinik MSGLOW sesuai dengan manfaat yang diberikan oleh produknya					
23.	Harga treatment yang ditawarkan sesuai dengan manfaat jenis kulit yang dialami					

F. Daftar Pernyataan Variabel Citra Merek (X3)

VARIABEL CITRA MEREK (X3)						
Indikator						
		Jawaban				
No.	Keterangan	STS	TS	KS	S	SS
Pengakuan (<i>Recognition</i>) X3.1						
20.	Merek Klinik MSGLOW sudah dikenal banyak orang					
21.	Merek Klinik MSGLOW mudah dikenal melalui atribut					
Reputasi (<i>Reputation</i>) X3.2						
22.	Merek Klinik MSGLOW memiliki citra merek yang sesuai dengan kualitas produk					
23.	Merek Klinik MSGLOW memiliki kesan berkelas bagi pengguna					
Afinitas (<i>Affinity</i>) X3.3						
24.	Merek MSGLOW memiliki packaging yang menarik					
25.	Merek MSGLOW mudah diucapkan seseorang					
Domain X3.4						
26.	Timbul bahagia dengan menggunakan merek MSGLOW					
27.	Merek Klinik MSGLOW meningkatkan percaya diri terhadap penggunaanya					

G. Daftar Pernyataan Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

VARIABEL KEPUASAN PELANGGAN (Y)						
Indikator						
No.	Keterangan	Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
Kesesuaian Harapan Y.1						
28.	Produk yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.					
29.	Fasilitas yang didapat sudah melebihi dengan yang diharapkan					
Minat berkunjung kembali Y.2						
30.	Berminat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah mengkonsumsi produk.					
31.	Berminat berkunjung kembali karena fasilitas penunjang					
Kesediaan Merekomendasikan Y.3						
32.	Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena nilai atau manfaat yang didapat setelah mengkonsumsi sebuah produk jasa.					
33.	Menyarankan teman atau kerabat untuk melakukan treatment karena pelayanan yang memuaskan					